

УДК 37.032

Л.А. Грицай

ФОРМИРОВАНИЕ РОДИТЕЛЬСКИХ УСТАНОВОК СОВРЕМЕННОГО МОЛОДОГО ЧЕЛОВЕКА ПОД ВЛИЯНИЕМ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

В статье анализируется состояние родительства в современных кризисных условиях. Рассматриваются родительские установки, транслирующиеся через массмедиа, а также пути преодоления кризиса родительства средствами медиакультуры.

Ключевые слова: *родительские установки молодежи, медиатексты, медиакультура.*

В последние годы в отечественной научной литературе широко обсуждается вопрос о влиянии средств медиакультуры на формирование образа жизни наших молодых современников. Ни для кого не секрет, что в современном мире средства массмедиа приобрели не только чрезвычайное распространение, но и определяющее влияние на сознание людей. На эту особенность, в частности, указывает Н.Х. Орлова, отмечая, что современный человек сталкивается с трудностями, почти неизвестными его предкам, к которым можно отнести все возрастающую скорость жизненных ритмов, многообразие информации и социальных связей [1].

Доказательство этого утверждения обнаруживается в изучении текстов современной медиакультуры.

Следует отметить, что под медиакультурой мы понимаем «совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенную систему их воспроизводства и функционирования в социуме» [2. С. 196]. При этом медиакультура опирается на стереотипы массовой культуры, которая, в свою очередь, «опредмечивает ожидания массовой аудитории в ее потребностях, общении, эмоциональной компенсации и разрядке» [3].

Следовательно, медиакультура представляет собой некий вариант искусственно созданной системы жизненных ориентаций, обращенной к широким слоям населения. Именно она во многом формирует образ жизни современного человека. При этом, как отмечает А.В. Федоров, «важно подчеркнуть воздействие медиа на аудиторию, прежде всего – на молодежь, которое имеет серьезное социальное, мировоззренческое влияние» [2. С. 22].

В данном ключе особую актуальность приобретает вопрос, а что несет в себе современная медиакультура, какой образ человека формирует она, т.е. каковы ее базовые ценности?

При беглом взгляде на современные медиатексты может сложиться впечатление, что современная медиакультура прямо-таки «дышит» свободой: огромное количество внимания в ней уделяется проблеме автономности

личности, свободы выбора, волеизъявления, слова. Однако какой предстает перед нами эта автономия и свобода? Это либо чрезмерно упрощенные ее варианты: свобода выбора понравившихся вещей («ведь я этого достойна»), т.е. свобода избрания определенного шампуня для волос или средства по уходу за кожей лица и т.д., либо автономия и свобода как следование личной воле по принципу: если я этого хочу, значит, так оно и будет. Таким образом, может быть, для кого-то и незаметно происходит реальная подмена истинных ценностей автономии личности как нравственной целостности ее суррогатами: эгоизмом, банальным гедонизмом и своеволием, приводящими к прямой зависимости человека от веяний моды, вкусов толпы и умелых манипуляций со стороны определенных «общественных кругов».

Чтобы проиллюстрировать данное утверждение обратимся к изучению родительских установок в медиакультуре молодых россиян, так как именно сфера семейных ориентаций личности каждого человека представляет собой наиболее значимую область проявления его ценностных смыслов бытия.

Как известно, родительские установки человека формируются под влиянием трех субъективно-психологических факторов: «макросистемы – уровня общественных влияний, мезосистемы – уровня влияния родительской семьи и микросистемы – уровня собственной семьи» [3. С. 7].

Влияние современных медиа обеспечивает первый фактор формирования родительских установок. Поэтому медиатексты (печатные СМИ, Интернет, радиопередачи, продукция современного кабельного телевидения, киноработы), обращенные к молодежной аудитории, и стали объектом нашего изучения.

По распространенному суждению, молодые люди читают газеты и журналы в гораздо меньшей степени, чем их старшие соотечественники.

Однако все-таки существуют издания, пользующиеся популярностью в молодежной среде. Среди них самую большую группу занимают так называемые развлекательные журналы: «Лиза. Girl», «Дом-2», «Все звезды», «Молоток», «Поколение P», «Oops», «Seventeen», «Cool», «Ровесник», «Круто», «Yes!», «Хулиган», «Фишка», «Штучка», «Бумеранг», «Лъзя», «Молодежный non-stop», «Позитив» и мн. др. Эти издания, как правило, малоинформативны, насыщены иллюстрациями и рекламой. Их миссия ограничена пропагандой самого элементарного гедонизма. О родителстве в них упоминается очень редко, поводом для этого, как правило, является обсуждение личной жизни звезд.

Противоположная им группа изданий – религиозные журналы для молодежи, уделяющие значительное внимание теме семьи, призывающие молодых людей к многодетному сознательному родителству. В содержание таких журналов («Наследник», «Новый Ковчег», «Остров Надежды», «Дорога вместе», «Божий мир», «Фома» «Встреча», «К единству!») входят обширные беседы на темы подготовки к семейной жизни, рождению и воспитанию детей.

При изучении программ передач популярных в молодежной среде радиостанций: «Русское радио», «Европа Плюс», «Автордио», «Дорожное Радио», «На семи холмах» и др., обращает на себя внимание тот факт, что в основном вещание этих радиостанций посвящено сфере отдыха и развлечений. В сетке вещания – обилие популярной музыки, программы-розыгрыши, конкурсы,

поздравления, реклама. Безусловно, подобная среда совершенно далека от воспитания родительских позиций.

Подтверждает данное обстоятельство и изучение текстов популярных песен, постоянно звучащих в эфире этих радиостанций.

Чаще всего в них говорится о любви и обо всем, что с ней связано. При этом любовь практически не связывается с браком, а о рождении и воспитании детей упоминается редко. Как отмечается в одном из исследований текстов поп-музыки: «Роль родительства особой популярностью не пользуется. Скорее, наоборот, рождение ребенка представляется шагом весьма рискованным, так как ребенок требует внимания, ухода, заботы, а главное – ответственности, которую люди все чаще просто не хотят на себя брать» [8. Ч. 1. С. 83–84].

В конце XX – начале XXI в. сфера телевизионных программ постоянно увеличивается за счет появления новых кабельных каналов. Так, помимо федеральных, появляется большое количество музыкальных каналов, рассчитывающих на молодежную аудиторию.

Федеральные каналы в последние годы транслируют общегосударственную позицию необходимости возрождения родительской культуры россиян. Однако мало какие из этих программ рассчитаны на молодежную аудиторию, исключение составляют буквально единицы, например ток-шоу «Большие» (канал «Культура»), где достаточно часто и серьезно обсуждались проблемы молодой семьи и родительства.

Музыкальные каналы проблемы семьи, родительства практически не затрагивают, большая часть их вещания занимает демонстрация музыкальных видеоклипов, а меньшая – комментарии к популярной музыке и активная пропаганда индустрии отдыха и развлечений.

Особняком среди всех кабельных каналов, отводящих значительное время проблемам семьи, стоят каналы «Мать и дитя», «Радость моя» и «Союз». И если канал «Мать и дитя» представляет собой некую переводную версию западных аналогов, посвященных браку и родительству, то каналы «Радость моя» и «Союз» транслируют именно традиционное ценностное отношение к родительству, характерное для русской культуры. Показательна в этом плане постоянная программа православной телекомпании «Союз» «Семь Я», посвященная опыту воспитания детей в многодетных семьях.

Среди работ отечественного кинематографа, появившихся в последние десятилетия, можно выделить сериалы и кинофильмы. Часть сериалов («Школа», «Солдаты», «Не родись красивой» и др.) обращены к массовой молодежной аудитории.

Проблемы семьи и детско-родительских отношений часто рассматриваются в этих произведениях, однако авторами изображаются либо конфликтные жизненные коллизии, возникающие между родственниками, либо идеализированные семейные взаимоотношения. Большинство подобных сериалов тяготеют к жанру продолжительной «мыльной оперы» невысокого художественного уровня с неизбежными выяснениями отношений между родными и неродными людьми в каждой серии.

Как замечает О.Л. Лебедь, в подобных сериалах «в целом рисуется картинка семьи как способа приятного совместного времяпрепровождения суп-

ругов: дети же воспитываются не родителями, а посторонними людьми (няни и гувернантки)» [6].

В «женских» отечественных сериалах последних лет мы наблюдаем ту же печальную картину. Главная героиня, изображаемая в них, успешна в своей профессиональной деятельности, она достигла карьерных высот, отчего страдает прежде всего ее личная, а не семейная жизнь (например, «Тайны следствия», «Татьянин день», «Две судьбы» и др.).

Все это говорит о том, что отечественные сериалы не способствуют формированию ценности семьи и воспитания детей.

Данное обстоятельство усугубляется тем, что в современной кинематографии тоже, к сожалению, не представлено ярких кинолент, пропагандирующих ценность родительства.

В последние годы сеть Интернет приобретает все больше пользователей среди молодых людей. Этот медиаресурс практически необъятен и включает в себя, помимо информации с различных сайтов, электронные ресурсы печатных изданий, СМИ, выпуски телевизионных программ, кинофильмы, аудиозаписи песен, вещание радиостанций и т.п.

Однако тема родительства занимает совсем небольшое пространство в русскоязычной сети. Так, пользуясь наиболее популярными поисковыми системами «Google», «Mail», «Yandex», мы определили основной круг сайтов, посвященных проблемам детско-родительских отношений. Первое место по числу упоминаний занимают многочисленные родительские форумы, это «Форум многодетных родителей» (<http://mnogodetok.ru>), «Форум для родителей – Ваше чадо» (<http://www.chado.spb.ru>), «Родительский форум "Православная беседа"» (<http://www.pravbeseda.ru>), «Общение православных родителей» (<http://www.pravmama.ru>), «Форум Материнство» (<http://forum.materinstvo.ru>), «Permama.ru – форум о мамах и их детях» (<http://www.permama.ru>), «Форум проекта "Дети-погодки.ру"» (<http://www.deti-pogodki.ru>) и мн. др.

Вторую многочисленную группу занимают сайты, содержащие информацию о рождении, воспитании, образовании детей, это такие ресурсы, как «Клуб естественного родительства» (<http://www.club-er.ru>), «Естественное родительство. "Млечный путь"» (<http://www.milk-way.ru>), «Образовательный проект "Дети. Майл"» (<http://deti.mail.ru/>), «Семейный центр "Рождество"» (<http://www.rojdestvo.ru>), «7я.ру» (<http://www.7ya.ru>) и др. вплоть до печально известного «Клуба родительской культуры "Колыбелька. Ермаковы"» (<http://www.kolybelka.spb.ru>).

Однако все эти сайты адресованы не будущим, а уже состоявшимся родителям, поэтому практические советы по воспитанию и уходу за детьми, широко представленные в них, оказываются малоинтересными для молодых людей, еще не имеющих опыта родительства.

Только, пожалуй, на православных сайтах, адресованных молодежи, в русле православной традиции, согласно которой рождение и воспитание детей воспринимается как служение Богу и величайшая духовная радость, встречаются наставления, обращенные к будущим родителям: «Православная семья» (<http://www.pravsemya.ru>), «Православная этика» (<http://www.etika-prav.ru>), «"Чайка" – православный молодежный портал» (<http://chayka.org.ru>),

«Школа Молодежного Служения» (<http://www.danilov-kursy.ru>), «Общее дело. Организация православной молодежи» (<http://www.o-d.ru>) и т.д.

Таким образом, подводя итог анализу представленных в современной отечественной медиакультуре социальных условий формирования у российской молодежи осознанного отношения к родительству, мы можем заключить следующее:

1. Большинство современных медиатекстов, обращенных к молодежи, носят в целом развлекательный характер, они направлены на формирование личности человека-потребителя, беззаботного и безответственного индивидуалиста, который морально не готов стать не только родителем, но и верным супругом.

2. Тема родительства в медиатекстах развлекательного характера, как правило, замалчивается либо о ней упоминается вскользь, часто родительские обязанности рассматриваются как препятствие для реализации жизненных возможностей человека. Таким образом, становится понятно, что данные медиасредства не формируют осознанных моделей родительского поведения современных молодых людей. Более того, замалчивая данную тему, они фактически создают для юношей и девушек установку на бездетную либо малодетную семью.

3. В современном медиапространстве, обращенном к молодежи, заметна группа ресурсов, ратующих за возрождение ценностного отношения к родительству. Очень часто ими являются книги, газеты и журналы, радиостанции, кабельные каналы и интернет-сайты, конфессионально принадлежащие к миру православной культуры. Это обстоятельство способствует неоднородности смыслового поля современного медиапространства, так как в нем сталкиваются различные мировоззренческие позиции: культ молодого человека-гедониста, которому семья и дети нужны лишь постольку, поскольку они не мешают его «личной» жизни, и высокий идеал мудрого и ответственного родителя, готового самоотверженно и жертвенно любить свою семью и детей.

Но все-таки очевидно, что для большей части молодых людей более легким и простым представляется первый путь реализации себя в социуме, путь, ориентированный не на семью, родительство, служение ближним, следования религиозным нравственным заповедям, а на удовлетворение собственных сугубо эгоистических потребностей.

Безусловно, связано это и с тем фактом, что родительство в 85% медиатекстов не является значимой ценностью. Именно данное обстоятельство ориентирует сферу интересов наших молодых современников на гедонизм и самоутверждение себя в обществе, которые приводят в конечном счете не к «самостоятью» человека, т.е. к развитию самостоятельности его сознания, а к прямой зависимости, «подчиненности» мнению толпы и ее руководителей.

Преобладание подобных мировоззренческих ориентаций в сознании наших молодых современников и приводит к тем кризисным явлениям в области семьи и родительства, о которых сегодня так много говорят в прессе, пишут в научных исследованиях, обсуждают в профессиональных образовательных кругах.

Последнее не может не вызывать тревогу, так как в итоге значительная часть молодых людей, будучи изначально ориентированными массовой

культурой и настроениями в обществе на сферу собственных интересов, легко теряют одну из самых величайших драгоценностей человека – семью.

В данной ситуации для нашего общества становится очевидной необходимость преодоления сложившегося положения, в том числе и возможностями современной медиакультуры.

Как отмечается в исследовании С.Н. Пензина, педагогическая стратегия медиавоспитания базируется на изучении этических аспектов медиатекстов [7. С. 47]. Так, А.В. Федоров полагает, что теоретической базой в этом процессе является этическая теория медиа, так как «медиа способны формировать определенные моральные принципы несовершеннолетней аудитории. Из этого – главная цель медиаобразования: приобщить аудиторию к той или иной модели поведения» [2. С. 46].

Об этом же пишут В.Ю. Боров и А.В. Коваленко, выделяющие две программы воздействия средств массовой коммуникации — манипулятивную (ориентированную на создание управляемой массы разобщенных одиночек) и формирующую (направленную на создание самоценной личности, обладающей неповторимым, индивидуальным началом и потому склонной к коллективизму, а не омассовлению) [8. С. 36–56].

Таким образом, речь идет о государственной программе информационного просвещения средствами альтернативных медиаресурсов, создающих положительный образ семьи с несколькими детьми в современном социуме, привлекающих самих граждан к обсуждению как образа жизни своей семьи, так и демографического будущего России.

Литература

1. Орлова Н.Х. Семья как объект социально-философского исследования (эволюция семейных отношений на рубеже XX–XXI столетий): автореф. дис. ... канд. филос. наук. СПб., 2000. 20 с.
2. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность : учеб. пособие. Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. 340 с.
3. Кравченко А.И. Культурология: словарь. М. : Академический проект, 2000. 496 с.
4. Ермихина М.О. Формирование осознанного родительства на основе субъективно-психологических факторов : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Казань, 2004. 22 с.
5. Симоненко М.Н. Образ «молодой семьи» в средствах массовой информации: материалы конф. / отв. ред. Т.В. Ганина. Рязань : Изд-во РГУ им. С.А. Есенина, 2008. Ч. 1. С. 83–84.
6. Лебедь О.Л. Образ семьи в современной культуре [Электронный ресурс]. URL : <http://www.naturalbirth.ru/public/oleb.php> (дата обращения: 25.04.2012).
7. Пензин С.Н. Кино и эстетическое воспитание : методол. проблемы. Воронеж, 1987. 173 с.
8. Боров В.Ю. Культура и массовая коммуникация. М. : Наука, 1986. 530 с.