Ольга Николаевна Савинова

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

508@bk.ru

**Сохранение и поддержка традиционных семейных ценностей в СМИ**

В статье рассматриваются вопросы сохранения и поддержки традиционных семейных ценностей как приоритетных в системе национальной безопасности России. Автором на основе многолетнего мониторинга семейной тематики в федеральной и региональной прессе сформулированы приоритетные направления, а также проблемные вопросы в освещении темы семьи.

Ключевые слова: традиционные семейные ценности, национальная безопасность, средства массовой информации.

Среди важнейших нравственных ценностей, издавна волновавших человека, несомненно, приоритетное место занимают семейные ценности. Семья – это пространство, где формируются и развиваются мораль, нравственные основы личности, а затем и межличностных отношений. Как отмечает Т. И. Фролова, «все это в итоге конвертируется в некую духовную субстанцию, определяющую наше бытие и в политике, и в экономике... и в отношениях со всем миром» [3: 222–223].

Ретроспективный анализ семейной тематики в отечественной прессе и рекламе, например, советского периода, показывает, что освещение темы семьи, детства, роли женщины-матери тесным образом связано с реалиями того периода жизни общества, его идеологическим вектором развития. Так, плакаты советского периода прославляли мать-героиню; была выстроена цельная система агитационно-пропагандистской работы, направленная на воспитание гармоничной личности, включающее эстетическое, нравственное, трудовое воспитание, широкое прославление материнского труда, многодетной семьи.

Современная семья переживает в своем развитии целый ряд проблем, обусловленных социально-экономическими, демографическими и другими факторами. В числе угроз, стоящих перед современной семьей (малодетность, аборты, измены, случайное сожительство, распространение гражданских и гостевых браков), специалисты называют еще и нравственный кризис, который переходит сегодня в средства массовой информации.

Современные СМИ не только фиксируют нарушение иерархии ценностных семейных приоритетов, но, к сожалению, и сами зачастую способствуют процессу девальвации института семьи. Под прикрытием модернизации общественного и индивидуального сознания, культивировании через СМИ «легких отношений» по сути дела идет процесс разрушения традиционных семейных и нравственных ценностей. Как отмечает Е. Л. Вартанова, «приняв с готовностью вызовы коммерциализации, коммерческая модель СМИ вытеснила многие социально и культурно важные для общества “повестки дня”, став активно продвигать новую культуру потребления» [2: 31–32]. В массовое сознание молодежи информационно-развлекательная индустрия внедряет ценности, чуждые российской ментальности. Преодоление негативных демографических тенденций, укрепление традиционных духовно-нравственных ценностей являются приоритетными направлениями национальной безопасности России.

Совершенствование редакционной и творческой практики журналистов − важный фактор решения актуальной проблемы формирования традиционных ценностей в современном медийном пространстве. Многолетний мониторинг представленности семейной тематики в федеральной и региональной прессе, проводимый кафедрой журналистики Университета им. Лобачевского [1], показывает, что эта тема пока не стала приоритетом в редакционной политике: так, в общероссийской прессе она занимает около 5% от всей информации; в региональных изданиях – от 7 до 9%. В региональной прессе семейная тематика представлена шире и практически лишена эпатажности; в материалах региональных журналистов показывается жизнь реальной российской семьи – и не только проблемной. Среди обсуждаемых тем – воспитание детей, семейные традиции, счастливые семьи, многодетные семьи, проблемы детей-сирот и приемных родителей. Вместе с тем СМИ испытывают недостаток в гибких информационных стратегиях в освещении семейной тематики, в которых изменившиеся общественные реалии сочетались бы с традиционными семейными ценностями.

Литература

1. Автаева Н. О., Савинова О. Н. Семейные ценности в отечественном медиадискурсе. Нижний Новгород, 2022.

2. Вартанова Е. Л. Концепция модернизации и СМИ // СМИ в меняющейся России / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2010. С. 22–37.

3. Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика. Человек. Общество. М., 2014. С. 222–223.