УДК 321, 339. 138

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ В ЗЕРКАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

© 2013 г.

О.Н. Савинова

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

508@bk.ru

Поступила в редакцию 23.03.2013

Анализируется освещение семейной тематики в региональных изданиях, роль журналистского сообщества в выработке информационной стратегии в условиях трансформации современных медиа.

Ключевые слова: ценностные ориентации, семейные ценности, дисфункция, информационное пространство, журналистское сообщество.

Ценностные ориентации включают в себя идеологические, политические, моральные, эстетические и другие основания оценки человеком социальных событий и объектов, а также способ организации человеком своего поведения в соответствии с осознанными мотивами. Для отдельного человека ценностные ориентации играют важную роль в выстраивании собственной модели поведения, стиля жизни. При этом подчеркнем, что ценностные ориентации внутреннего, духовного мира человека тесным образом связаны с социальным опытом, с системой ценностных установок, зафиксированных в конкретной временной ситуации в обществе. Разумеется, на формирование ценностных ориентаций человека большое влияние оказывают различные факторы, в числе которых современные средства массовой информации. Трудно переоценить роль прессы, телевизионных и радиопередач в формировании представлений об окружающем мире и нормах жизни в сознании наших сограждан, особенно подрастающего поколения. Однако нередко информационно-развлекательная индустрия навязывает ценности, чуждые российской ментальности, оторванные от отечественных духовно-нравственных традиций.

Современное общество в течение нескольких последних лет стоит на распутье: отказавшись от традиционных нравственных ориентиров прошлого, мы так и не пришли к выработке новых единых стандартов. Между тем в определенной мере развитие ценностных ориентиров – признак зрелости личности, показатель меры ее ответственности; противоречивость же ценностных ориентаций порождает непоследовательность в поведении. Совпадение важнейших ценностных ориентаций обеспечивает сплоченность людей, общества в целом.

Как мы уже отмечали выше, спектр ценностных ориентаций личности достаточно широк, и все составляющие этого спектра взаимосвязаны: так, нравственные и эстетические идеалы во многом определяются как религиозными и идеологическими влияниями, так и политическими концепциями.

Среди важнейших нравственных ценностей, издавна волновавших человека, несомненно, приоритетное место занимают семейные ценности. Любовь, создание семьи, рождение ребенка, взаимопонимание между детьми и родителями, духовная близость, интерес к истории семьи, семейным корням, установление доверительных отношений, проявление терпимости в семье – эти вопросы занимают важное место в социальных ориентирах не только молодежи, но и старшего поколения.

Современная семья испытывает в своем развитии целый ряд проблем, обусловленных социально-экономическими, демографическими и другими факторами. В числе угроз, стоящих перед современной семьей, кроме малодетности, абортов, измен, сожительства, распространения гражданских и гостевых браков, специалисты называют 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 их девальвации. Сложилась парадоксальная ситуация: в государстве, имеющем богатейшие традиции и культуру, ежедневно предоставляется информация, наносящая вред духовному здоровью россиян, и в первую очередь детей и молодежи. Один только пример: декларирование семейных ценностей и длительное существование на телевидении пресловутой программы «Дом-2», тиражирующей низкие стандарты

культуры и девальвирующей традиционные ценности семьи. Предлагаемая деструктивная информация воздействует на поведение и ценностные ориентации молодежи и подростков, чей возраст предполагает постоянную открытость психики к внешнему влиянию, сниженную критичность, высокий уровень приспособляемости и поиск самоутверждения в среде межличностных отношений. Аналитики считают, что поток негативной информации, захлестнувшей СМИ, формирует у людей недоверие к институтам государственной власти, приводит к моральному и психическому опустошению. Анализ информационных поводов обращения к семейной тематике даже на страницах качественных центральных печатных изданий показывает, что чаще всего таким поводом становятся криминальные семейные истории. Последнее мы особенно часто наблюдаем и на главных каналах телевидения, где в центре внимания оказываются такие темы, как подростковый суицид, разборки в семьях, насилие над детьми. Принимая во внимание то обстоятельство, что сегодня в центре внимания и обсуждения в СМИ стали темы, которые ранее не были предметом общественной дискуссии, вместе с тем хотелось бы сказать о роли корпоративного журналистского цеха в условиях трансформации современной медиасистемы. На наш взгляд, одним из глубинных противоречий современной журналистики является то, что, с одной стороны, в условиях коммерциализации СМИ стали самостоятельной производственной прибыльной отраслью, а с другой, в системе массовой информации есть «внерыночные» секторы – пресса для детей, молодежи; издания, пропагандирующие традиции, культуру.

Пресса – это не только производство, но и содержание, творчество. История отечественной журналистики показывает, что всегда главным ее «нервом» была гражданственность, внимание к человеку, своевременный отклик на вызовы времени. Сегодня в общественной повестке дня на первый план выдвигаются вопросы духовно-нравственного здоровья нации, воспитания подрастающего поколения на основе традиционных ценностей. Активизировалась деятельность общественных организаций, призывающих корпоративное журналистское сообщество к партнерству и сотрудничеству, направленному на формирование в общественном сознании отношения к семье, материнству и детству как к величайшим ценностям.

Так, в рамках реализации Всероссийской программы «Святость материнства», осуществляемой по инициативе Центра национальной славы и Фонда Андрея Первозванного (руководитель программы – Якунина Н.В.), более 800 региональных телерадиокомпаний, редакций газет поддержали инициативу организаторов проекта по подписанию Меморандума о формировании традиционных нравственных ценностей в СМИ.

В Меморандуме, в частности, говорится о сотрудничестве в распространении информации по поддержке семьи в интересах государства и человека. География регионов, подписавших Меморандум, достаточно широкая и говорит сама за себя – это Мордовия, Удмуртия, Хабаровский и Красноярский края, Ростовская, Курганская, Брянская, Пензенская, Рязанская, Орловская, Самарская, Ульяновская, Калининградская области.

В мае 2011 года состоялось подписание Меморандума с ведущими редакциями телевизионных каналов, и газет Нижегородской области. Спустя полгода кафедрой журналистики ННГУ был проведен контент-анализ нижегородской прессы по освещению семейной тематики за период лето-осень 2011 года.

Основными задачами контент-анализа было исследование количественных и качественных показателей представленности семейной проблематики; анализ жанрового многообразия, стилистики и контекста, в которых размещаются материалы по проблемам семьи; оценка редакционной политики в отношении семейной тематики. Для контент-анализа были выбраны областные газеты – «Нижегородская правда», «Земля Нижегородская», газеты города Сарова – «Саров», «Новый город», «Вести города», а также районные издания – «Выксунский рабочий», «Арзамасские новости», «Павловский металлист», «Земля Ветлужская», «Ударник» (Дивеево), «Сосновский вестник».

Проведенный контент-анализ освещения семейной тематики в региональной прессе показал, что местные журналисты более бережно относятся к данной проблеме и стараются сохранять лучшие традиции отечественной журналистики. Анализ нижегородской прессы позволил зафиксировать некоторые положительные тенденции семейного дискурса. В частности, это уважительное отношение к семейному опыту старшего поколения, творческий подход к продвижению традиционных семейных ценностей, активный диалог с молодежью по проблемам семейного воспитания, подготовки к браку и др. Профессиональная культура, бережное отношение в освещении семейной тематики присутствуют не только в печатных изданиях, но и в нижегородском теле- и радиоэфире. Достаточно, к примеру, упомянуть программу,

длительное время выходившую на ННТВ, – «Семейный суп».

Вместе с тем в рекомендациях для региональных изданий обращалось внимание на приоритетность направления семейной тематики в редакционной политике, формирование положительного образа многодетной семьи, усиление роли родителей за воспитание детей, повышение статуса женщины-матери. Необходимо расширение информационных поводов и жанрового разнообразия в раскрытии семейной тематики.

Просветительская, воспитательная функции, заложенные в самой природе прессы, востребованы современным обществом. Важно, чтобы сама журналистская корпорация откликнулась на запросы времени. Опыт журналистских практик показывает, что пути достижения поставленной цели могут быть разные. Так, в одиннадцати российских регионах вслед за подписанием Меморандума были созданы общественные экспертные Советы по взаимодействию со СМИ, в ряде других регионов пошли по пути развития в журналистском сообществе практики саморегулирования в вопросах освещения семейной тематики. В той же Нижегородской области не стали создавать совета, но журналистская корпорация взяла на себя обязательства следовать духу Меморандума, и, как показывает мониторинг СМИ, журналисты держат свое слово.

Вместе с тем в эпоху развития глобального телевидения, интернет-коммуникаций, полисубъектности информационной среды отдельные позитивные практики пока не решают в целом проблемы выравнивания дисфункций современного информационного пространства. И это проблема не только одной страны. На круглом столе, посвященном формированию в СМИ семейных ценностей, проходившем в рамках Родосского Международного Форума «Диалог цивилизаций» в 2011 году, эксперты Великобритании, Польши, ЮАР, США, России, Германии, Италии подчеркивали транснациональный характер негативного информационного влияния, противоречивость воздействия СМИ на духовную сферу человека, процесс сохранения нравственного и культурного кода.

Анализируя сложившуюся парадоксальную ситуацию, необходимо подчеркнуть, что процессы трансформации СМИ в современных условиях имеют в определенной мере исторический аспект: журналистика отражает состояние среды, в которой она рождается и действует. При этом ее функционирование не автономно: медиасреда участвует в формировании общественного мнения в условиях «стыка» национальной идентичности и глобализации, рассогласования ценностных ориентаций в обществе. В научном медийном сообществе обсуждаются различные теоретические подходы регулирования журналистской деятельности [1, 2]. Но очевидно, что при отсутствии четкого концептуального вектора общественного развития трудно ожидать только от медиа эффективного разрешения противоречий современного информационного пространства.

Для изменения ситуации представляется продуктивным участие самого журналистского сообщества в процессе выработки информационной политики, формирование, как справедливо замечает известный исследователь, профессор В.М. Горохов, «корпоративной саморефлексии», информационной самоорганизации общества [3]. Процесс этот непростой и, видимо, будет растянут во времени. Но очевидно то, что СМИ в ряду других субъектов, влияющих на формирование ценностных ориентаций, становятся сущностной сферой, обладающей возможностью оказывать как положительное, так и негативное влияние. И как «наше слово отзовется», зависит и от самого журналистского корпоративного сообщества.

Список литературы

1. Мамонтова О.И. Развитие основных институтов саморегулирования СМИ в мире // Вестник МГУ. Серия 10.01.10. Журналистика. 2010. № 5. С. 63–71.

2. Хруль В.М. Религиозный этос как фактор регулирования журналистской деятельности теоретические предпосылки практические препятствия // Вестник МГУ. Серия 10.01.10. Журналистика. 2010. № 5. С. 18–35.

3. Горохов В.М. Современный тезаурус теории журналистики (поиск терминологической ниши) // Вестник МГУ. Серия 10.01.10. Журналистика. 2012. № 1. С. 39–40.

VALUE ORIENTATIONS IN THE MIRROR OF MODERN MEDIA

O.N. Savinova

The article examines the practice of regional publications in covering topics of family, the role of the journalistic community in the development of information strategies in the transformation of modern media.

Keywords: value orientation, family values, dysfunction, information space, journalistic community.