

УДК 316'42

## **АНАЛИЗ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

**Анна Александровна Валова**

студент

annavalova2018@mail.ru

**Александра Дмитриевна Заборина**

студент

Z-allexa@yandex.ru

**Наталья Геннадиевна Ферсман**

кандидат педагогических наук, доцент

natdia@list.ru

Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого

г. Санкт-Петербург, Россия

**Аннотация.** В статье исследуется трансформация семейных ценностей в контексте современного общества, анализируется влияние социальных сетей на формирование новых представлений о семейных ролях. Приведены как положительные примеры, так и критические взгляды на контент, отражающий современные реалии, а именно: женский карьеризм, равноправие, разделение домашних обязанностей, коммерциализация семейных ценностей.

**Ключевые слова:** семейные ценности, социальные сети, карьеризм, семейные роли.

Цифровые технологии и социальные сети за последние десятилетия стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллионов людей, оказывая значительное влияние на общественные нормы, ценности и представления. Многие популярные платформы не только предоставляют пространство для общения и самовыражения, но и способствуют трансформации восприятия семейных отношений. Пользователи делятся личными историями и демонстрируют альтернативные модели семейных ценностей, которые отличаются от традиционных. Этот процесс особенно активно проявляется среди молодёжи, формируя новые взгляды и трансформируя устоявшиеся представления. Цель данного исследования — изучить влияние медиа пространства на восприятие семейных ценностей и проанализировать, какие современные модели семейных отношений демонстрируются в цифровой среде.

Появление в медиа пространстве описанного контента, связанного с личными историями и альтернативными моделями семейных отношений, изменило традиционные представления о семье, привнеся новые формы и подходы к семейной жизни. Ранее доминирующие консервативные ценности семьи – такие, как патриархальная структура и гендерные роли – начинают заменяться более гибкими и разнообразными моделями, которые открыто демонстрируются на цифровых платформах [6]. Популярные блогеры и инфлюенсеры становятся своеобразными культурными посредниками, влияющими на восприятие семейных ценностей, особенно среди молодёжи, для которой социальные сети являются основным источником информации и вдохновения. Появление нового медийного контента не только отражает, но и активно формирует современные представления о семейных отношениях, позволяя разнообразным моделям семьи найти своё место в общественном сознании. Этот процесс неразрывно связан с культурологическими и социологическими исследованиями. Представим точку зрения российского социолога С.И. Голода (1935–2013 гг.), внесшего значительный вклад в развитие отечественной социологии семьи, чьи идеи предоставляют важный контекст

для понимания того, как традиционные и новые модели семьи взаимодействуют в условиях современных социокультурных трансформаций. Центральной темой его исследований является семья, которую он понимал «как совокупность индивидов, состоящих, по меньшей мере, в одном из трех видов отношений: кровного родства, порождения, свойства» [1,2]. В частности, его подход к пониманию семьи как сложной системы отношений между индивидами позволяет более глубоко осветить изменения, происходящие в ответ на воздействие новых медийных форматов и социальных реалий. Анализируя проблемы семьи, С.И. Голод подчеркивал, что кардинальные изменения, которые происходят с этим институтом, с одной стороны, вызваны общественными трансформациями, а с другой — обусловлены их собственными закономерностями и стремлением к развитию, что служит интересным тезисом для анализа прогрессирующего института семьи в современности [1].

Важным для исследования является тот факт, что современное общество претерпевает изменения в восприятии и реализации семейных ценностей как мужчинами, так и женщинами [7]. Согласно проанализированному материалу (социальные платформы, художественные фильмы, авторские выступления), в последние десятилетия наблюдается рост карьеризма среди женщин, что влияет на их роли в семье и в общественной жизни. Семейные ценности традиционно связаны с нормами и ожиданиями относительно роли каждого члена семьи. Для мужчин в современных обществах часто сохраняются традиционные роли кормильца и защитника, однако всё больше мужчин стремятся делить ответственность за ведение домашнего хозяйства и воспитание детей. Это изменение связано с увеличением числа работающих женщин и осознанием важности отцовского участия в жизни семьи [4].

Исследование, проведенного Институтом социологии РАН, показало, что женщины на руководящих должностях часто размышляют о балансе совмещения профессиональных и семейных обязанностей [3]. По мнению

психологов, стремление женщин к самореализации и успешной карьере играет важную роль в их мотивации, самоощущениях и ценностях. Вместе с тем стоит подчеркнуть, что, придерживаясь такой модели, женщины откладывают создание семьи, что может изменить традиционные семейные концепции.

В условиях растущего карьеризма и изменения ролей в семье наблюдается *формирование новых семейных ценностей*. Можно наблюдать, что в медиапространстве на тему семьи к настоящему времени выделяют баланс, партнёрство и равноправие как центральные аспекты в отношениях, что открывает возможности для более гибкого распределения обязанностей между мужчинами и женщинами. Так, мужчины начинают активнее участвовать в воспитании детей, разделяя с женщинами заботы о доме.

Также исследование показало, что индивидуальная ценность семьи для большинства современных женщин и мужчин сохраняется, однако её реализация меняется и в связи с тем, что современная женственность – амбивалентность с целостностью, стремление к самосовершенствованию, глубокий индивидуализм и эгалитаризм с патриархальностью [5]. Было проанализировано выше, что люди стремятся к гармонии между карьерой и личной жизнью, что требует новых подходов к организации времени и ресурсов. Поэтому новые задачи выдвигают и новые подходы к их решению: появляются такие практики, как «гибкий график», «удалённая работа», «тайм менеджмент» и другие современные формы и способы организации занятости, которые нацелены на улучшение качества жизни.

Все вышеупомянутые изменения находят отражение в массовой культуре и медиа. Особенно ярко современное отношение к социальным нормам и ценностям демонстрируют различного рода реалити-шоу. По мнению исследователя Гуцал Е. А., реалити-шоу как форма медиапродукта представляет собой феномен современности, отражающий культурные трансформации и общественные приоритеты [2]. Этот жанр затрагивает такие актуальные темы,

как семейные отношения, баланс между карьерой и личной жизнью, успех, равенство и самореализация.

В рамках данной статьи выделим ключевые положительные и отрицательные аспекты влияния большинства современных реалити-шоу на общество. Рассмотрим следующие положительные стороны:

1. Продвижение открытого общения и поддержки в семье: демонстрация важности обсуждения семейных проблем с подчеркиванием ценности эмоциональной поддержки. Это может вдохновлять зрителей на открытое общение и укрепление связей.

2. Смена гендерных ролей и поддержка равенства: демонстрация успешного совмещения роли матери и профессиональных ролей. Мы видим примеры женщин, которые выступают в роли матриарха и бизнес-стратега для своих дочерей, что меняет восприятие традиционных гендерных ролей. Это способствует формированию у молодых девушек стремления к финансовой независимости и карьере.

3. Принятие нетрадиционных семейных моделей: шоу отображают современные семьи, включающие детей от разных браков и смешанные семьи, что способствует принятию различия в семейных структурах. Примеры также демонстрируют возможность сохранения хороших отношений ради детей после развода.

Приведем отрицательные стороны:

1. Коммерциализация семейных ценностей: шоу часто фокусируются на продвижении брендов, что создаёт впечатление использования семейных отношений в маркетинговых целях. Частые рекламные интеграции могут восприниматься как попытка монетизировать семейные моменты, превращая искренние отношения в инструмент для продаж.

2. Формирование нереалистичных ожиданий: демонстрируя роскошный образ жизни семьи, некоторые шоу могут создавать у зрителей завышенные ожидания относительно семейного благополучия. Также роскошные дома и

дорогие подарки могут создавать иллюзию идеальной семейной жизни, что приводит к разочарованию зрителей в реальной жизни.

3. Стимулирование нарциссизма и зависимости от социального одобрения: постоянное внимание к внешнему виду и саморекламе может способствовать развитию нарциссизма. Молодые зрители могут начать придавать чрезмерное значение внешнему признанию и лайкам, воспринимая их как основной показатель успеха.

Проведенный анализ свидетельствует, что содержимое (контент) современных реалити-шоу оказывает двойственное влияние на восприятие семейных ценностей: с одной стороны, пропагандируются идеи открытого общения, равенства и принятия нетрадиционных семейных моделей, а с другой – создаются нереалистичные ожидания от семейной жизни, что может стимулировать поверхностные ценности. Каким будет влияние на конкретного человека зависит от критического мышления зрителей и их способности отличать маркетинговую стратегию от реальных семейных ценностей.

Таким образом, можно утверждать, что социальные сети оказывают значительное влияние на изменение восприятия семейных ценностей, популяризируя альтернативные модели семейных отношений и способствуя их большей приемлемости среди широкой аудитории. Женский карьеризм и участие мужчин в воспитании детей стали центральными аспектами современных семейных ценностей. Цифровые медиа поддерживают принятие новых моделей семьи и открытое общение, но одновременно создают риски коммерциализации семейных ценностей и формирования нереалистичных ожиданий. Их влияние зависит от уровня медиаграмотности аудитории.

Вместе с тем следует подчеркнуть необходимость дальнейших исследований в данной области, с акцентом на изучение долгосрочного влияния цифровых медиа на семейные отношения.

### **Список литературы:**

1. Голод С.И. Семья и брак: историко-социологический анализ. СПб.: ТОО ТК Петрополис, 1998.
2. Гуцал Е. А. Реалити-шоу на современном российском телевидении: автореф. дис. ... канд. филол.наук. Екб., 2008. 10 с.
3. Рождественская Е.Ю. Академическая женская карьера: балансы и дисбалансы жизни и труда // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 3. С. 27-47.URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.3.03> (дата обращения: 17.11.2024).
4. Савельев, И. Изменение семейных ролей в современном обществе. М.: Научный мир, 2018.
5. Ершова Н. М. Женщины большого города в поисках себя: сущность современной женщины // Современный город: социальность, культуры, жизнь людей. – М., 2014.
6. Евстафьева Ю. В. Семейные ценности россиян. Роль СМИ в формировании семейных ценностей // Молодой ученый. 2017. № 18 (152). С. 291–292.
7. White, M. Smashing Stereotypes / Parenting & Families /. – Text: Contagious. 2020. URL: <https://www.contagious.com/news-and-views/smashing-stereotypes-parenting-families> (дата обращения: 17.11.2024).

**UDC 316'42**

### **ANALYSIS OF FAMILY VALUES IN THE CONTEXT OF DIGITAL TECHNOLOGIES AND SOCIAL NETWORKS**

**Anna A. Valova**

student

[annavalova2018@mail.ru](mailto:annavalova2018@mail.ru)

**Aleksandra D. Zaborina**

student

Z-allexa@yandex.ru

**Natalia G. Fersman**

candidate of pedagogical sciences, associate professor

natdia@list.ru

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

St. Petersburg, Russia

**Abstract.** The article explores the transformation of family values in the context of modern society and analyzes the influence of social networks on the formation of new ideas about family roles. Both positive examples and critical views on content reflecting contemporary realities, such as female careerism, equality, sharing of household responsibilities, commercialization of family values are provided.

**Keywords:** family-values, social media, careerism, family roles.

Статья поступила в редакцию 11.11.2024; одобрена после рецензирования 20.12.2024; принята к публикации 25.12.2024.

The article was submitted 11.11.2024; approved after reviewing 20.12.2024; accepted for publication 25.12.2024.