



## Образ семьи, транслируемый СМИ, в восприятии россиян

Пресс-релиз, 19.11.2013

**Источники данных.** Исследовательская группа ЦИРКОН, всероссийский омнибус КВАРТА; дата опроса – 5-8 июля 2013 г.

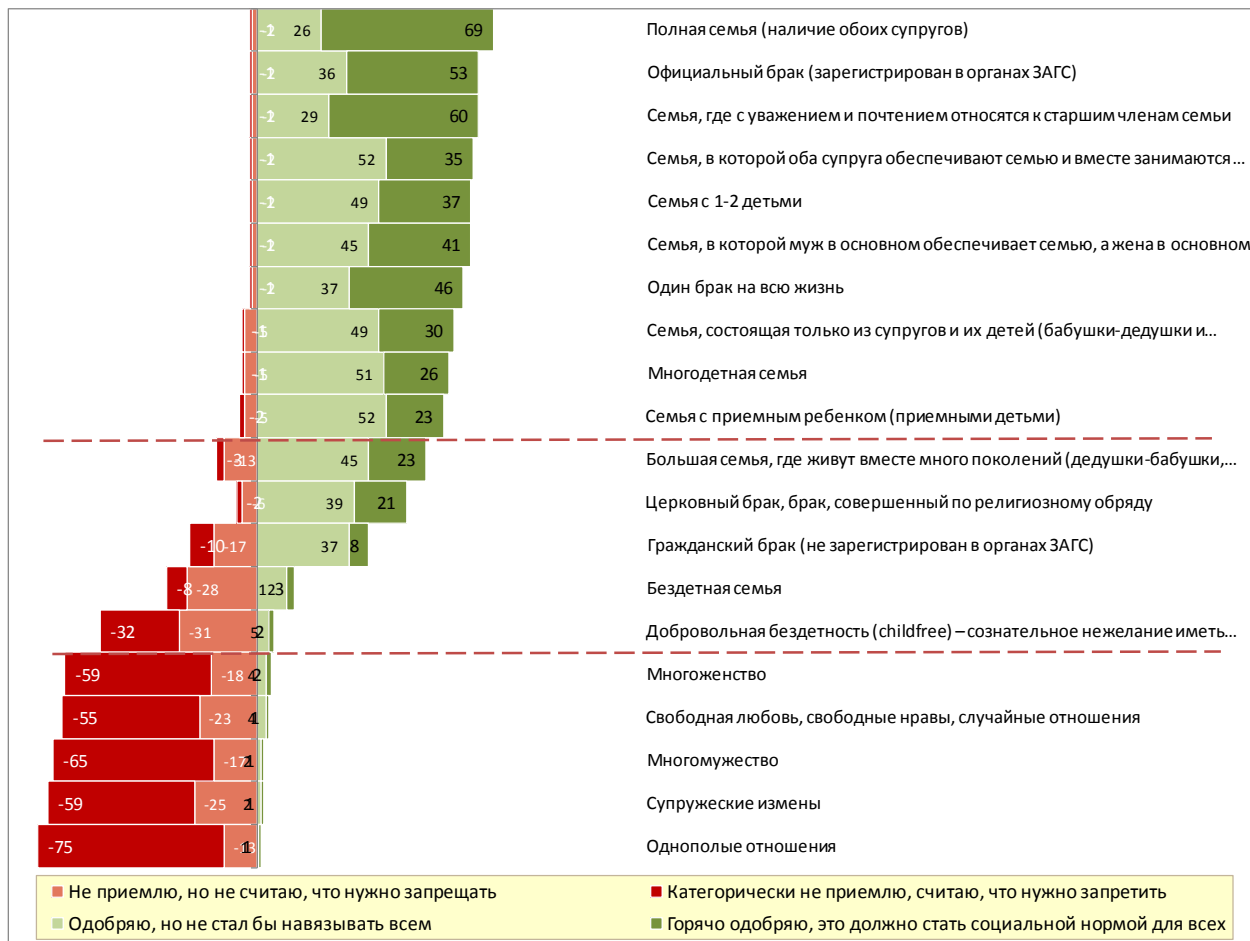
**Методические параметры:** опрос населения РФ face-to-face по общенациональной репрезентативной выборке, 1600 респондентов в 140 населенных пунктах 33 субъектов РФ всех федеральных округов.

Опрос проведен по заказу МОФ «Центр национальной славы».

Настоящий пресс-релиз представляет некоторые результаты исследования, целью которого был анализ отношения россиян к различным составляющим семейно-брачных отношений, семейным ценностям, а также изучение восприятия СМИ с точки зрения транслируемого ими образа семьи. Методика анализа строилась на сравнении образов «идеальной» и транслируемой в СМИ семьи в восприятии и оценках россиян (сопоставление «профилей» идеальной и транслируемой семьи, т.е. совокупностей основных характеристик, описывающих «идеальное» и транслируемое состояние семейно-брачных отношений).

### Профиль идеальной семьи

**Вопрос:** «Разные люди по-разному представляют себе идеальную семью. На карточке представлен список различных характеристик семейных отношений. Как Вы лично относитесь к этим характеристикам семейных отношений?» (доли респондентов, выбравших соответствующий вариант ответа по 20 аспектам семейно-брачных отношений).



При описании семейного идеала, россияне выбирают достаточно традиционные ценности – полная семья (наличие обоих партнеров), уважительное отношение к старшему поколению, официальный брак, один брак на всю жизнь, наличие детей. Даже «спорные» для общественного мнения ценности - многодетность, многопоколенные семьи (совместное проживание трех и более поколений семьи) или церковный брак, получают довольно широкое одобрение. Вместе с этим, общественное мнение резко негативно относится к таким поведенческим моделям, как однополые отношения, супружеские измены, полигамия, свободная любовь. Можно сказать, что в российском обществе в значительной степени наблюдается консенсус в части представлений, какой должна быть идеальная семья. Существует небольшое число позиций, решительно противоречащих традиционной морали и вызывающих явное неприятие со стороны абсолютного большинства. В остальном россияне достаточно терпимы к разнообразным формам построения семейной жизни, в том числе, без осуждения, а скорее неоднозначно воспринимаются гражданский брак и бездетные семьи.

Безусловно, опросы всегда фиксируют декларируемые мнения, представления, оценки; истинное отношение к семейным ценностям у части респондентов может быть иным. Опросы отражают реалии с поправкой на то, что для многих высказанная позиция не является их личной, а демонстрирует то, как люди понимают социальную норму в семейной жизни. Однако эта условно «искаженная» информация тоже очень важна: представления о социальной норме не в полной мере отражаются в реальной практике и в поведении людей, но все-таки существенно на нее влияют.

## Профиль семьи, транслируемый в СМИ

**Вопрос: «Как Вы думаете, с какой позиции - с одобрением или осуждением - каждая из характеристик семейных отношений представляется в СМИ чаще всего? Или такие семейные отношения, по вашему мнению, вообще очень редко встречаются в СМИ?» (доли респондентов, выбравших соответствующий вариант ответа по 20 аспектам семейно-брачных отношений).**



Исследование показало, что, в целом позиция, с которой СМИ сегодня транслируют образ семьи и семейных отношений, представляется россиянам довольно сбалансированной. По мнению аудитории, СМИ чаще с одобрением представляют семьи с детьми – и малодетные, и многодетные семьи, и семьи с родными и с приемными детьми. Т.е. сам факт наличия ребенка

(детей) демонстрируется в СМИ в позитивном ключе. Чаще с одобрением, чем с осуждением, по оценке россиян, в СМИ представляется полная семья, официально зарегистрированный брак и один брак на всю жизнь, семьи, в которых с уважением и почтением относятся к старшему поколению. В свою очередь, в оценках аудитории, СМИ в негативных тонах транслируют нетрадиционные и официально не признаваемые в нашей стране отношения (однополые отношения, многоженство, многожурство), а также супружеские измены.

## Насколько актуально сегодня государственное регулирование медиаконтента?

Сравнение профилей идеальной и транслируемой в СМИ семьи показало отсутствие серьезных расхождений: существенных проблем в том, как те или иные характеристики брачно-семейных отношений подаются средствами массовой информации, не прослеживается. Таким образом, результаты исследования в целом не подтверждают существующих представлений о медийном контенте как «мутном потоке», разрушительно воздействующем на семью и семейные ценности.

Вероятно, одной из причин этого является реальное изменение самого контента. Во всяком случае, за последнее десятилетие (и особенно в сравнении с 90-ми годами) перемены действительно произошли. В том числе, были приняты некоторые государственные меры ограничительного характера (к примеру, запрет на показ определенных программ в определенное время, введение возрастных ограничений на просмотр и т.п.).

Это подтверждается и данными опроса. За последние 4 года на 6% снизилась доля россиян, считающих, что на телевидении есть передачи, вредные, аморальные и опасные для просмотра. Заметим, что лишь треть наших сограждан высказалась за жесткие, запретительные меры в отношении подобного рода передач, в то время как большинство либо не знают о таких передачах, либо поддерживают довольно мягкие меры воздействия.

**Вопрос: «Скажите, есть ли на телевидении такие передачи, которые, на Ваш взгляд, показывать нельзя (вредно, аморально, опасно и т.п.)? Если да, то что, на Ваш взгляд, следовало бы сделать с такими передачами?» (доли респондентов, выбравших соответствующий вариант ответа).**

	2013 (%)	2009 (%)
Таких передач на телевидении я не видел, по всей видимости, их нет	9	6
Такие передачи есть, но с ними ничего не надо делать, так как это право телеканалов показывать то, что интересно хотя бы небольшому кругу людей	19	15
Такие передачи есть, их надо перевести на платные телеканалы	30	35
Такие передачи есть, и их надо запретить решением государственных органов	34	39
Затрудняюсь ответить	8	5

- 6%  
от 2009 г.

Кроме того, в определенной мере, проблема восприятия решается все более расширяющейся возможностью аудитории выбирать: если потребителю СМИ не нравится какая-то тематика, он может сменить канал и потреблять то, что ему нравится. Соответственно, в этом случае потребитель будет воспринимать контент позитивно и считать, что СМИ транслируют то, что ему нравится, в позитивном ключе.

На наш взгляд, сегодня в отношении транслируемого информационного потока запрос со стороны общества состоит не во введении новых ограничений и запретов, а в повышении качества контента, в том числе, по тематике семьи и семейных ценностей.

Подробнее результаты исследования представлены в аналитическом резюме и презентации на сайте ЦИРКОН (см. [здесь](#)).