

УДК 316.356.2

Литвинова Наталья Юрьевна,

*канд. психол. наук, доцент, заместитель директора Гуманитарного института,
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет им. Н.Г. и А.Г. Столетовых»,
г. Владимир, Россия*

ПРОБЛЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ ЦЕННОСТЕЙ СЕМЬИ В МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ

В настоящее время в молодежной возрастной группе наиболее сильно выражены глубинные противоречия между традиционными ценностями и современными ориентациями в системе брачно-семейных отношений, в сфере репродуктивных установок и поведения, в оценке роли и ценности семьи как социального института и для человека, и для общества, и для государства. Следствием противоречий являются: предпочтение молодежью незарегистрированных форм брака; восприятие факта развода как нормы общественной жизни; увеличение статистики рожденных вне брака детей и несовершеннолетних матерей; увеличение возраста вступления в брак; переживание молодыми семьями материальных затруднений и потребности в социально-психологической поддержке.

Сегодня большое значение приобретают новые методы, помощью которых пользуются общество и социальные институты, стремясь обеспечить как гомеостазис общества, так и личностное равновесие. К этим методам относится социальный пиар, призванный решать разные социальные проблемы, в том числе и такую важную, как укрепление социального института семьи, посредством различных акций.

Ключевые слова: молодая семья, молодежь, незарегистрированные формы брака, материальные затруднения и потребности в социально-психологической поддержке, социальный пиар как метод решения социальных проблем укрепления социального института семьи.

Natalya Yu. Litvinova,

candidate of

Psychological Sciences, associate professor,

Deputy Director of the Humanitarian Institute,

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs,

Vladimir, Russia

THE PROBLEM OF PROMOTING FAMILY VALUES IN THE YOUTH AUDIENCE

Currently in the youth age group is most strongly expressed deep contradictions between traditional values and modern attitudes in the system of marriage and family relations, in reproductive attitudes and behaviour, in assessing the role and value of family as a social institution and for the person and for society and for the state. The consequence of contradictions are: a preference for youth unregistered forms of marriage; the perception of the fact of divorce as a norm of public life; the increasing statistics of children born out of wedlock and teenage mothers; the increase in age of marriage; young families experience financial difficulties and the need for socio – psychological support.

Today important new methods, which are society and social institutions, seeking to ensure the homeostasis of society and personal balance. These methods include social PR designed to solve different social problems, including such important as strengthening the social institution of the family through various activities.

Keywords: young family, the youth, undocumented form of marriage, financial difficulties and the need for socio-psychological support, social PR as a method of solving social problems, strengthen the social institution of the family.

Укрепление ценности семьи в сознании молодежи, укрепление социального института семьи в настоящее время становятся актуальными проблемами общества.

В современной России именно в молодежной возрастной группе наиболее сильно выражены глубинные перемены и противоречия между традиционными ценностями и современными ориентациями в системе брачно-семейных отношений, в сфере репродуктивных установок и поведения, в оценке роли и ценности семьи как социального института и для человека, и для общества, и для государства [7].

Воззрения современной молодежи на ценность семьи по результатам опросов характеризуются отдаленной позицией в рейтингах ценностей. Молодые россияне семье уготовили не первые роли: семья не вошла даже в пятерку приоритетов. Большинство (18%) респондентов ВЦИОМ назвали

приоритетным доход, 11(%) предпочли порядок и стабильность, еще 8% считают главной ценностью возможность самореализации [8].

Причинами такого отношения к семье могут быть, согласно результатам исследований НИЦ Института молодежи РФ, следующие проблемы: 43% молодежи указывают на недостаток средств как на свою главную проблему; опасение безработицы в той или иной степени испытывают около 70% молодых людей; глобальной же проблемой современной молодежи является недовольство обществом, в котором нет порядка, нет гарантированного будущего. В российском законодательстве не предусмотрен механизм поддержки молодых семей, ввиду чего единственным средством поддержания удовлетворительного уровня жизни является помощь родителей.

Современным молодым семьям присуща тенденция к сожителству, нежелание регистрировать брак. По мнению демографов из НИУ ВШЭ, в России сожителство пока находится на переходном этапе: еще не стало абсолютным заменителем брака и не считается предпочтительным для совместного рождения и воспитания детей.

В то же время главным доводом за сожителство выступает чувство свободы и независимости в отношениях. По данным последней Всероссийской переписи населения, проведенной в 2010 году, около 4,4 миллиона пар состояли в незарегистрированном браке. Причем среди граждан младше 30 лет доля сожителств превышает 35 процентов [10].

Большая группа молодежного населения относится к студенчеству. Официально зарегистрированные союзы – 61% студентов состоят в юридически оформленном браке, а 39% – в гражданском [10].

Россияне отказываются от «штампа в паспорте» из-за отсутствия веры в прочность института брака, а также опасений за свое жильё и другое имущество, которое придется делить в случае развода [1].

Вследствие предпочтения молодежью незарегистрированных браков увеличивается рождаемость вне зарегистрированного брака. На одну женщину, не состоявшую в зарегистрированном браке, в 1993-1994гг. приходилось 0,65

рождения, в 2002-2003 – 0,74, в 2011-2012 – 0,75. В настоящее время наблюдается большое количество рождений у несовершеннолетних: 40тыс. из 20млн. рожениц – несовершеннолетние девушки [5].

Около трети, то есть 5 млн. из 17 млн. российских семей приходится на матерей-одиночек с детьми. В России почти 2 млн. несовершеннолетних матерей. Это указывает на серьёзный кризис института семьи.

Обнаруживается ориентация в основном на однодетные семьи. Статистика показывает, что одного ребенка хотят 48%, двух – 39%, троих и более – 13% [3].

Тем не менее, по статистике, с 2010 года количество многодетных семей увеличилось на 25% и на 2017 год составляет 1 млн. 566 тыс. [10].

Первые пять лет брака по-прежнему – самые сложные, и на них приходится самый большой процент разводов. К разводам стали относиться намного проще и воспринимают данное явление как норму общественной жизни. По данным 2016 года количество разводов составило 61,7% от общего количества заключенных браков. Хотя еще в 2015 году этот показатель разводов в России составлял 52,7% [10].

Результаты социологического анализа причин и факторов трансформаций незарегистрированных браков в современной России позволяют сделать следующие выводы: незарегистрированные браки связаны с различными массовыми социальными явлениями, имеющими в различные времена экономический, идеологический, географический, этнографический, демографический, политический, стратификационный характер; со стремительной сменой социальных стандартов, устанавливающих основные показатели высокой статусности: образование, материальное благополучие и личную независимость; с нарастающими миграционными процессами, требующими частых перемен смен места жительства отдельными членами семьи.

Российская Федерация не признаёт правомерность существования незарегистрированных отношений, поскольку нет никаких обязательств,

имеющих юридическую силу. Также в Семейном кодексе РФ гражданский брак не имеет своего определения, но данное понятие имело хорошие шансы попасть под юрисдикцию СК РФ в 2015 году и через два года считаться законным браком. Основанием для законодательной инициативы послужили собранные 100 000 подписей в поддержку такого законопроекта, но эта идея не нашла никакой поддержки у российских парламентариев, как в 2015, так и в 2017 году. Позиции политиков к понятию гражданский брак в 2017 году также остались неизменными.

Следует отметить, что современная структура молодой семьи обуславливается чётко проявляющимся процессом её нуклеаризации [4].

Это обусловлено желанием отделиться от родителей, быстрее адаптироваться к ролям супругов, родителей. Кроме этого, наблюдается демократизация семейных отношений. (<https://studwood.ru>). Причиной появления этой тенденции является тенденция гуманизации. Оба супруга нуждаются в удовлетворении эмоциональных потребностей личности во внимании, заботе, поддержке, уважении.

Материальные и финансовые потребности по-прежнему являются значительными на ранних этапах семейных отношений. На данный момент 73% (по данным Росстата) молодых семей живут за чертой бедности, среди которых около 34% с трудом сводят концы с концами, что делает невозможной выполнения ими в полной мере репродуктивной и других социальных функций.

Духовно-нравственные ориентиры молодежи не изменились. Молодые люди по-прежнему стремятся к самореализации и карьерному росту, перенося момент вступления в брак на второй план. Начиная с 2013 года, основным возрастом для замужества стал промежуток 25-30 лет. Количество девушек, которые вышли замуж в этом возрасте в 2 раза больше в 2015 г., чем в 1980 г. Если ранее наши родители вступали в брак до 25 лет, то сейчас ситуация поменялась.

Похожая ситуация и для мужчин. Мужчины стали вступать в брак в еще более зрелом возрасте, даже группа 35 лет и старше вступает в брак чаще, чем молодые люди до 25 лет.

В среднем возраст для регистрации семьи в России на 5-7 лет выше, чем был 30 лет назад; составляет 28 лет для девушек и 32 года для мужчин (по оценкам Fastlife и данным Госкомстата). В западных странах наблюдается похожая тенденция к увеличению возраста для брака: в Польше этот возраст – около 28 лет, а в Швеции – 34 года. В целом по России, с учётом Крыма, в январе-декабре 2016 года зарегистрировано 986 тысяч браков против 1161 тысячи браков в 2015 году (снижение на 15,1%).

Таким образом, в условиях глубокой социальной дифференциации – дифференциации доходов, молодые семьи по разным причинам попадают в категорию дисфункциональных семей. Молодежь, потенциально готовящаяся создать семью, переживает определённые трудности, речь о которых шла выше. Всё это делает проблему социально-психологической работы весьма актуальной для всех категорий молодых семей.

В данный момент в России наиболее весомым показателем дезадаптированности молодой семьи является неспособность обеспечить прожиточный минимум каждому члену семьи. Это проблема стоит довольно остро даже в центральном регионе. В целом социальная дезадаптация понимается как неэффективная реализация молодой семьей своих основных функций:

- а) воспроизводства (качественного и количественного) населения;
- б) обеспечения материальных средств для поддержания жизни ее членов.

Социальная поддержка и защита молодых семей является приоритетным направлением социальной политики государства, так как призвана обеспечивать гармоничное развитие новой ячейки общества.

Сегодня большое значение приобретают новые методы, помощью которых пользуются общество и социальные институты, стремясь обеспечить как гомеостазис общества, так и личностное равновесие. К этим методам

относится социальный пиар, призванный решать разные социальные проблемы, в том числе и такую важную как укрепление социального института семьи, посредством различных акций.

Социальный PR – это деятельность, направленная на формирование, поддержку и развитие нужных (позитивных) отношений, а также формирование позитивных моделей поведения, в данном случае, по отношению к семейным ценностям и внутри семейной системы. Деятельность в этом направлении требует нестандартных подходов. Наиболее востребованными инструментами в данном контексте являются организация специальных федеральных программ социальной поддержки, социально-психологические мероприятия, социальная реклама.

Связи с общественностью в области психологии семьи могут быть рассмотрены как деятельность по продвижению морально-нравственных ценностей семьи с помощью PR-технологий, направленных на сохранение и укрепление значимости социального института семьи.

Для того чтобы семья стала выполнять свои социальные функции, необходимо налаживание серьезного и глубокого взаимопонимания со всеми, от кого зависит их успех и процветание, осуществление информационно-коммуникативной деятельности в сфере укрепления социального института семьи. То есть необходима разработка комплексной коммуникационной кампании проекта «Молодая семья», которая позволит установить взаимопонимание и согласие между государством и молодежью, как целевой аудиторией, потенциально планирующей создание семьи, а также будет стимулировать позитивное восприятие молодежью семейных ценностей.

Ближайшая цель коммуникационной кампании по оптимизации отношения молодежи к ценности семьи является формирование положительного общественного мнения для обеспечения гармонизации общественных интересов и создания положительного настроения общественности к решаемой проблеме. Именно грамотная, последовательная и качественная система взаимодействия с молодежной аудиторией позволит выстроить

успешные коммуникации. Для реализации этого условия необходима двусторонняя коммуникация, т.е. обратная связь между деятельностью государственных органов и группами общественности, т.е. молодежью и общественностью в целом. Иными словами, важна соотнесённость интересов молодёжи и государства, реализация стратегической цели функционирования и развития государственной социальной политики, направленной на поддержку семьи, с учётом интересов и потребностей молодежи. В этой связи необходимы PR-инструменты как важная составляющая коммуникационной кампании (как система информационно аналитических и процедурно-технологических действий) [9, 11].

Основные направления деятельности по связям с общественностью в сфере государственной социальной политики, направленной на поддержку семьи:

1. PR Федеральных программ «*Обеспечение жильем молодых семей*»;
2. PR деятельности и услуг специальных социально-психологических центров поддержки молодых семей;
3. PR деятельности по оказанию психологической помощи семье.

Реализация PR 1

1. Государственная социальная политика, направленная на адаптацию семьи реализует в настоящее время и усиливает выполнение следующих целей:

- увеличение количества внедряемых федеральных программ, направленных на улучшение условий жизни молодых семей;
- государственные выплаты семьям;
- социальные выплаты, предоставление жилья и бесплатного образования детям.
- мероприятия, направленные на социализацию молодежи.

Ниже приводится перечень действующих во Владимирской области программ по субсидированию молодых семей:

Федеральная подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей» (часть федеральной программы «Жилище» на 2015-2020 гг.). Действует на основании постановления № 889 от 25.08.2015 г.

Областная подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей Владимирской области» (часть программы «Обеспечение доступным и комфортным жильем населения Владимирской области» на 2014-2020 гг.). Работает на основании постановления № 1390 от 17.12.2013 г.

Муниципальные программы, в которых задействованы условия областной инициативы. Например, действует программа «Обеспечение жильем молодых семей города Владимира», действующая с 2004 г. (постановление № 3775 от 14.10.2014 г.), а также аналогичные программы в административных центрах районов области.

Создаются различные государственные программы помощи молодым семьям. Например, Федеральная целевая программа (ФЦП) «Жилище» на 2011-2020 годы была утверждена правительственным постановлением в декабре 2010 года. Она разрабатывалась для решения жилищной проблемы в целом. Данная программа реализует национальный проект «Доступное и комфортное жилье – гражданам РФ».

Одна из подпрограмм этой целевой программы – «Молодой семье – доступное жилье» – предусматривает господдержку (субсидию) при приобретении (строительстве) жилья молодой семьей. Рассчитана на 2011-2020 годы.

Благодаря данным государственным программам уменьшилось число семей, нуждающихся в жилых помещениях. В 2012 году их количество составляло 417.611, а в 2016 – 387.683 семьи [10].

Как и раньше, молодым супругам в России необходимо время, когда они вынуждены проходить определённые ступени социализации: получать образование, профессию, рабочее место, общаться в кругу сверстников.

С посткризисного 2009 года наблюдался ежегодный прирост числа компаний, которые берут на работу выпускников, а с 2014 года, наоборот, – снижение.

Каждая пятая компания (20%), рассматривающая неопытных соискателей, предлагает им работу специалистом по продажам, закупкам или по работе с клиентами. Позиции помощников ассистентов основных специалистов назвали в 13% организаций. Примерно 11% работодателей принимают выпускников на инженерные специальности, столько же – на любые стартовые позиции в компании.

Молодежь стремится освоить профессии, связанные с экономикой и управлением (27%). Государство же стремится сократить бюджетные места на эти специальности и выделяет деньги на инженерные профессии (46% бюджетных мест за последние 10 лет) [2].

Реализация PR 2

Социально-психологическая адаптация к семейной жизни реализуется в специальных социально-психологических центрах поддержки молодых семей.

За последний год наблюдается небольшая положительная динамика в сфере создания семьи, однако для достижения более весомых результатов необходима дальнейшая поддержка молодых семей. Около 26% (по данным Росстата) молодых семей нуждаются в психологическом консультировании.

Основной целью деятельности Центра поддержки молодых семей является повышение социально-психологической защищённости молодого поколения.

Потребителями государственных услуг являются: молодежь (молодые граждане) – лица в возрасте от 14 до 30 лет; молодая семья – семья, в которой супруги или один из них не достигли возраста 30 лет, а также родители в возрасте до 30 лет, имеющие несовершеннолетних детей.

Реализация PR 3

Оказание психологической помощи семье заключается в формировании осознания ценности брака, детей и т.д.; в психологических знаний,

необходимых в супружеской жизни; педагогических навыков и способностей к воспитанию детей; экономических и хозяйственно-бытовых знаний; «приспособления человека как личности к существованию в обществе в соответствии с требованиями данного общества и с собственными потребностями и интересами».

Актуальность проблемы состоит в том, что в настоящее время представление о браке у молодёжи имеет ряд особенностей: снижение значимости мотива любви и ответственности при выборе спутника жизни; расхождение качеств желаемого спутника жизни и предполагаемого партнёра по повседневному общению; рассогласование образов партнёрши, с которой хотелось бы общаться, и будущей жены; пигмалионизм; нереалистичность и завышение требований к потенциальному партнёру по браку. В психологическом сопровождении нуждается весь период добрачных отношений (возможно, через посредство введения в программу обучения старшеклассников дисциплины «Психология семьи»), поскольку его содержание проецируется на качество содержания всех этапов жизненного цикла семейной системы.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод, что в современных условиях специфику государственной социальной политики, направленной на поддержку семьи, определяет потребность в грамотном позиционировании и ведении открытого диалога с молодёжной аудиторией по всем существующим сегодня проблемам семьи. В коммуникационной кампании необходим постоянный мониторинг реализуемых действий, для того чтобы определить реакцию общественности касательно проводимых мероприятий, оценивать результаты деятельности для выработки рекомендаций на будущее.

Для этого необходимо: во-первых, исследовать уровень сформированности психологической готовности молодежи к семейным отношениям; во-вторых, предложить программу социально-психологической поддержки молодежи, готовящейся к созданию семьи и молодым семьям; в-третьих, исследовать мнение молодежной аудитории о качестве реализации

федеральных социальных поддерживающих программ, оказании социально-психологической поддержки в практической деятельности с немедленным внедрением корректирующих действий; в-четвертых, организовать и провести комплекс мероприятий, направленных на практическое внедрение главной идеи – усиление ценности семьи в молодёжной среде; в-пятых, оценить результативность предложенной коммуникационной кампании [6; 9; 11].

Выбор коммуникационных средств для реализации этой цели достаточно широк – это и средства массовой информации, и реклама, и публичные выступления, и пресс-конференции, и презентации, и создание имиджа, и использование символики, празднеств, обрядовых действий, и многое другое, что способствует формированию эмоционально-положительного отношения молодежи к ценности семьи как социального института.

Совмещение рассматриваемых моделей двусторонней коммуникации позволит максимально эффективно использовать результаты проводимых исследований о стратегически важных целевых аудиториях, а также осуществить выбор коммуникативных технологий для достижения взаимопонимания и гармонии интересов между государством и молодёжной аудиторией, а также общественностью в целом, по проблеме укрепления социального института семьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Ростовская Т.К. Особенности матримониального поведения российской молодежи. – URL: http://regionculture.ru/Rostovskaya_02.pdf (дата обращения 07.04.2017).*
- 2. Российская ежедневно-политическая газета «Известия» // ИЗВЕСТИЯiz: ежедн. Интернет-изд., 2017. – URL: <http://iz.ru> (дата обращения 19.10.2017).*
- 3. Fastlife и данные Госкомстата. – URL: <http://fastlife.su/> (дата обращения 19.10.2017).*
- 4. Учебные материала онлайн. – URL: <https://studwood.ru> (дата обращения 19.10.2017).*
- 5. Официальный сайт телерадиокомпании. «Первый канал». – URL.: www.1tv.ru (дата обращения 19.10.2017)*
- 6. Абрамов Р.Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080507.65 «Менеджмент организации» / Р.Н. Абрамов, Э.В. Кондратьев. – М.: КноРус, 2012. – 262 с.*

7. Андреева Т.В. Семейная психология: учеб. пособие. – 3-е изд. – СПб.: Речь, 2004. – 243 с.
8. Российская ежедневная газета «LENTA.RU». – URL: <https://lenta.ru/> (дата обращения 19.10.2017).
9. Новиков Д.В. Теория и практика связей с общественностью: учеб. пособие. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 91 с.
10. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 19.10.2017).
11. Шишкин Д.П. PR-кампании: методология и технология: учебное пособие / Д.П. Шишкин, Д.П. Гавра, С.Л. Бровко. – СПб: Роза мира, 2004. – 187с.

LITERATURE

1. Rostovskaya T.K. Osobennosti matrimonial'nogo povedeniya rossijskoj molodezhi. – URL: http://regionculture.ru/Rostovskaya_02.pdf (data obrashheniya 07.04.2017).
2. Rossijskaya ezhednevno-politicheskaya gazeta «Izvestiya» // IZVESTIYAiz: ezhedn. internet-izd. 2017. – URL: <http://iz.ru> (data obrashheniya 19.10.2017).
3. Fastlifeidannye Goskomstata. – URL: <http://fastlife.su/> (data obrashheniya 19.10.2017).
4. Uchebnye materiala onlajn. – URL: <https://studwood.ru> (data obrashheniya 19.10.2017)
5. Ofitsial'nyjsajteleradiokompanii. «Pervyjkanal» — ofitsial'nyjsajt. – URL: www.1tv.ru (data obrashheniya 19.10.2017)
6. Abramov R.N. Svyazi s obshhestvennost'yu [Elektronnyj resurs]: uchebnoe posobie dlya studentov vysshikh uchebnykh zavedenij, obuchayushhikhsya po spetsial'nosti 080507.65 «Menedzhmentorganizatsii» / R.N. Abramov, E.V. Kondrat'ev. – M.: KnoRus, 2012. – 262 p.
6. Andreeva T.V. Semejnayapsikhologiya: Ucheb. Posobie [3. izd.]. – SPb.: Rech', 2004 (GPP Pech. Dvor). – 243 p.
7. Rossijskaya ezhednevnyagazeta «LENTA.RU» URL: <https://lenta.ru/> (data obrashheniya 19.10.2017).
8. Novikov D.V. Teoriya i praktika svyazej s obshhestvennost'yu: ucheb. posobie. – Komsomol'sk-na-Amure: FGBOU VPO «KnAGTU», 2013. 91p.
9. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. – URL: <http://www.gks.ru/>(data obrashheniya 19.10.2017)
10. SHishkin D.P. PR-kampanii: metodologiya i tekhnologiya: uchebnoe posobie./ D.P. SHishkin, D.P. Gavra, S.L. Brovko. – SPb: Rozamira, 2004. – 187 p.