

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО»

На правах рукописи

Автаева Наталия Олеговна

**ФАМИЛИСТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС: ИСТОРИЧЕСКИЙ,
АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ, СТРУКТУРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

5.9.9. Журналистика и медиакommunikации

Диссертация
на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Научный консультант:
доктор филологических наук, доцент
Татьяна Ивановна Фролова

Нижний Новгород – 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА I. ФАМИЛИСТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС: ТЕОРЕТИКОМЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	31
§ 1.1. Специфика медиадискурса: анализ понятий и подходов к определению	32
1.1.1. Генезис понятия «дискурс»	33
1.1.2. Сущность медиадискурса как объекта исследования	39
1.1.3. Типология медиадискурса	51
§ 1.2. Социальная тематика в медиадискурсе: к проблеме изучения и систематизации	58
1.2.1. Категория «социальное» в медиадискурсе	59
1.2.2. Проблемное поле социального медиадискурса	70
§ 1.3. Фамилистический медиадискурс в структуре социального медиадискурса: от онтологии к аксиологии	76
1.3.1. Фамилистический медиадискурс: онтологические основы выделения и анализа	77
1.3.2. Аксиологический подход к изучению медиа	90
1.3.3. Фамилистический медиадискурс с позиции аксиологии	101
§ 1.4. Методологические аспекты изучения фамилистического медиадискурса	113
ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ	122
ГЛАВА II. СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ФАМИЛИСТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА В ДОРЕВОЛЮЦИОННЫЙ ПЕРИОД	124
§ 2.1. Фамилистический дискурс женской прессы дореволюционного периода	125
2.1.1. Ценности семьи в дореволюционной женской периодике первой половины XIX века	126

2.1.2. Особенности фамилистического дискурса женской прессы второй половины XIX – начала XX века	135
§ 2.2. Ценности семьи в дореволюционной педагогической периодике	146
2.2.1. Фамилистический дискурс педагогических журналов первой половины XIX века	147
2.2.2. Специфика репрезентации семейных ценностей педагогической периодикой второй половины XIX – начала XX века	155
§ 2.3. Роль журналов для семейного чтения дореволюционного периода в сохранении ценностей семьи	162
2.3.1. Фамилистический дискурс журналов для чтения всей семьи	169
2.3.2. Ценности супружества, родительства, родства в журналах для чтения взрослыми детям	176
§ 2.4. Семейные ценности в дореволюционном народном лубке	183
ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ	191
ГЛАВА III. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФАМИЛИСТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА В СОВЕТСКИЙ ПЕРИОД	194
§ 3.1. Ценности семьи в советской женской периодике	195
3.1.1. Фамилистический дискурс женской прессы первой половины XX века	199
3.1.2. Особенности фамилистического дискурса женской прессы послевоенного времени	219
§ 3.2. Фамилистический дискурс педагогических журналов советского периода	229
3.2.1. Специфика освещения семейных ценностей в педагогической периодике первой половины XX века	232
3.2.2. Роль педагогических журналов в ретрансляции ценностей семьи в послевоенное время	239
§ 3.3. Специфика фамилистического дискурса журналов для семейного чтения советского периода	247

3.3.1. Ценности семьи в советских журналах для семейного чтения первой половины XX века	251
3.3.2. Фамилистический дискурс журналов для семейного чтения послевоенного периода	258
§ 3.4. Советский рекламный плакат как отражение ценностей семьи	263
ВЫВОДЫ ПО ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ	275
ГЛАВА IV. ФАМИЛИСТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСИСТЕМЫ	278
§ 4.1. Фамилистический дискурс печатных, аудиовизуальных и сетевых СМИ конца XX – начала XXI века	278
4.1.1. Печатные и интернет-СМИ как канал тиражирования ценностей семьи	281
4.1.2. Популяризация семейных ценностей аудиальными и аудиовизуальными медиа	297
§ 4.2. Роль просемейных блогов в популяризации ценностей семьи	313
4.2.1. Типологические, тематические и аксиологические особенности просемейных блогов	315
4.2.2. Шерентинг в блогах как демонстрация ценностей родительства	325
§ 4.3. Специфика и тематические особенности фамилистического рекламного дискурса	334
ВЫВОДЫ ПО ЧЕТВЕРТОЙ ГЛАВЕ	347
ГЛАВА V. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ФАМИЛИСТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ	351
§ 5.1. Семейные ценности в образовательных программах будущих специалистов сферы массовых коммуникаций	353
5.1.1. Тема сохранения семейных ценностей в программах образовательных курсов	354

5.1.2. Авторский курс для студентов-журналистов «Семейная тематика в СМИ»	365
§ 5.2. Студенческие медиапроекты социальной проблематики как инструмент формирования ценностных ориентиров	373
5.2.1. Медиапроекты социальной тематики: определение и типологизация	374
5.2.2. Роль студенческих медиапроектов в популяризации ценностей семьи	384
§ 5.3. Профессиональные конкурсы и фестивали семейной тематики в системе подготовки кадров	395
5.3.1. Профессиональные конкурсы семейной тематики для студентов направления подготовки «Журналистика»	396
5.3.2. Фестивали социальной рекламы семейной тематики в системе подготовки студентов направления «Реклама и связи с общественностью»	404
ВЫВОДЫ ПО ПЯТОЙ ГЛАВЕ	413
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	417
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	424
ПРИЛОЖЕНИЯ	480

ВВЕДЕНИЕ

Журналистика, являясь значимым социальным институтом, оперативно реагирует на все трансформации политической, экономической и социальной сфер общества, переосмысливает и репрезентует при помощи разнообразных каналов коммуникации новые вызовы. Одной из актуальных проблем современности, транслируемой медиа, становится аксиологический кризис и поиск объединяющих общество культурных и духовных парадигм. Социально-политические реалии подчеркивают развитие глобального ценностного кризиса, трансформацию системы ценностей как на уровне личности, так и отдельной страны. Подтверждают существование кризисных процессов политические и духовные лидеры: так, Президент Российской Федерации В.В. Путин заявил, что «человечество достигло высокого технологического и социально-экономического уровня. И вместе с тем столкнулось с утратой, размыванием нравственных ценностей, потерей ориентиров и ощущения смысла существования»¹. Схожую точку зрения высказал и Патриарх Московский и всея Руси Кирилл: «Отход от традиционных ценностей, которые составляют культурный код народов, и стал причиной мировых кризисов и крупных потрясений на международной арене. <...> [ошибка] заключается в отказе от традиции, то есть от системы передачи ценностей от поколения к поколению»².

Аксиологический кризис, таким образом, способствует разрушению многовековых традиций, базовых постулатов и основ; общество находится в экзистенциальном вакууме. Для выхода из этого состояния необходимо выявить отдельные постулаты, которые не были нивелированы процессом отторжения универсальных ценностей. Для российского общества семья и родительство всегда занимали особое место в системе аксиологических ориентиров, несмотря на кризис, семья, на наш взгляд, может стать тем базовым вектором, который восстановит систему духовно-нравственных ценностей.

¹ Путин В.В. Речь на заседании дискуссионного клуба «Валдай» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/64261>. Дата обращения: 04.06.2024.

² Патриарх Кирилл: Отход от традиционных ценностей приводит к мировым кризисам [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://russkiymir.ru/news/248080/>. Дата обращения: 04.06.2024.

Ценности семьи, брака и родительства относятся к категории традиционных морально-нравственных ориентиров. В рамках данного диссертационного исследования нами будут выявлены процессы становления и развития фамилистического медиадискурса в разные исторические периоды. Дискурс СМИ – это социокультурный и темпоральный конструкт, поэтому в зависимости от эпохи и уровня развития общества медиа могут репрезентовать самые разные ценностные парадигмы.

Актуальность темы исследования. СМИ реагируют на все кризисные преобразования семьи как социального института, транслируют изменяющиеся ценностные базисы. Только за последний век семья переживает существенные трансформации: провозглашенная в первые годы советской власти по инициативе А.М. Коллонтай «революция быта» способствовала серьезным изменениям в семейно-бытовой сфере, это выражалось в упразднении кухонь и обращении к учреждениям общепита, замене церковного брака на гражданский или «свободную любовь», жизни в городских коммунах, повышении авторитета женщины-производительницы и общественницы, а не матери и хозяйки, воспитании детей преимущественно в детских учреждениях – яслях, садах, школах. Следствием подобных трансформаций стало увеличение матерей-одиночек, разрушение базовых основ семьи, низкий уровень жизни. Во второй половине 1930-х годов произошел возврат к традиционному институту семьи, постулируются такие ценности, как родительство и супружество.

В 1960-1970-е годы в России появилось новое научное направление – фамилистика³, в рамках фамилистического подхода семью рассматривают как социальную ценность. Фамилистика должна была служить превенцией кризиса семьи как социального института, поскольку военные годы актуализировали демографические проблемы, выраженные процессом депопуляции.

³ Антонов А.И. Депопуляция и кризис семьи в постсоветской России: кто виноват и что делать? // Вестник МГУ. Сер. Социология и политология. 1995. № 2. С. 75-84; Антонов А.И., Медков В.М., Архангельский В.Н. Демографические процессы в России XXI века. М.: Издательский дом «Грааль», 2002. 168 с.; Синельников А.Б. Семья и брак: кризис или модернизация? // Социолог. журнал. 2018. № 1. Т. 24. С. 95-113.

Кризис ценностей семьи характерен для 1990-х годов, это связано с ростом числа разводов, сожительством как моделью брачного союза, резким снижением рождаемости и количества многодетных семей, распространением идеологии чайлдфри и свободных отношений. Традиционная модель семьи сменяется «семьей компаньонов, коллег». Демографические показатели 1990-х и 2000-х годов приблизились к кризисным: по данным Росстата, «численность населения России с 1991 по 2002 годы сократилась на 2,1% (3,1 млн человек – до 145,2 млн). В 1990 году суммарный коэффициент рождаемости опустился до 1,892, а наибольшее падение этого показателя пришлось на 2000-ый год – 1,195. Демографический спад продолжался до 2009 года – тогда численность населения составила 142,7 млн человек»⁴.

Все обозначенные изменения находят отражение в медиаповестке. СМИ транслируют ценностные установки каждой исторической эпохи, поэтому их также можно рассматривать в качестве антикризисного инструмента, если использовать как канал репрезентации традиционных духовно-нравственных ценностей. Во второй половине 2000-х годов правительство инициирует выход новых нормативно-правовых актов, призванных изменить кризисную ситуацию. В 2007 году Указом Президента РФ была утверждена «Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года»⁵, ее основная цель – повышение демографических показателей; в 2014 году Распоряжением Правительства РФ была принята «Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года», задачи данного нормативно-правового акта подразумевают сохранение «традиционных семейных ценностей и семейного образа жизни, возрождение духовно-нравственных традиций в семейных отношениях и семейном воспитании, создание условий для обеспечения семейного благополучия, ответственного

⁴ Гердо В. От Российской империи до современности. Как менялась численность населения страны // ТАСС [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass.ru/info/7088980>. Дата обращения: 02.08.2023.

⁵ Указ Президента Российской Федерации от 09.10.2007. № 1351 «Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/26299>. Дата обращения: 02.08.2023.

родительства, повышения авторитета родителей в семье и обществе и поддержания социальной устойчивости каждой семьи»⁶. Важными законодательными актами можно считать Федеральные законы «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей»⁷, «О ежемесячных выплатах семьям, имеющим детей»⁸ и т.п.

Главным направлением поддержки института семьи становится укрепление духовных основ жизнедеятельности общества, в связи с этим актуализируются вопросы формирования и сохранения традиционных духовно-нравственных ценностей, например, в 2015 году распоряжением правительства была утверждена «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года»⁹, где была представлена трактовка понятия «духовно-нравственные ценности». В «Стратегии» под духовно-нравственными ценностями понимаются те, что сложились в процессе культурного развития России, к ним относятся человеколюбие, справедливость, честь, совесть, воля, личное достоинство, вера в добро и стремление к исполнению нравственного долга перед самим собой, своей семьей и своим Отечеством.

В ноябре 2022 года разработанный Министерством культуры проект «Основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» был подписан Президентом РФ¹⁰. «Основы государственной политики...» предлагают

⁶ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 25.08.2014. № 1618-р «Об утверждении Концепции государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/92699/>. Дата обращения: 02.08.2023.

⁷ Федеральный закон от 07.03.2018. № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/12151286/>. Дата обращения: 02.08.2023.

⁸ Федеральный закон от 28.12.2017. № 418-ФЗ «О ежемесячных выплатах семьям, имеющим детей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products>. Дата обращения: 02.08.2023.

⁹ Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015. № 996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/400951e1bec44b76d470a1deda8b17e988c587d6/?ysclid=llziupwkds754693825. Дата обращения: 02.08.2023.

¹⁰ Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/?ysclid=ll7tw5hu2y713704034>. Дата обращения: 02.08.2023.

дефиницию понятия «традиционные ценности», природа и определение данного термина являлись дискуссионным вопросом в течение нескольких лет: «традиционные ценности – это формирующие мировоззрение граждан России нравственные ориентиры, передающиеся от поколения к поколению, обеспечивающие гражданское единство, лежащие в основе российской цивилизационной идентичности и единого культурного пространства страны, нашедшие свое уникальное самобытное проявление в духовном, историческом и культурном развитии многонационального народа России. <...> К числу традиционных ценностей относятся: жизнь, достоинство, права и свободы человека, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России»¹¹.

Также с 5 сентября 2022 года введены обязательные классные часы во всех средних образовательных учреждениях под названием «Разговоры о главном», в рамках которых обсуждаются традиционные ценности российского общества, среди них крепкая семья, приоритет духовного над материальным, коллективизм, историческая память и преемственность поколений.

22 ноября 2023 года Президент РФ подписал Указ «О проведении в РФ Года семьи в 2024 году», его основные задачи – «возродить уважительное отношение к большой семье, способствовать укреплению семейных ценностей»¹².

Семейные ценности относятся к числу традиционных аксиологических ориентиров, их ретрансляцию и продвижение необходимо рассматривать в

¹¹ Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/?ysclid=ll7tw5hu2y713704034>. Дата обращения: 02.08.2023.

¹² Правительство утвердило план основных мероприятий по проведению Года семьи // Правительство России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/news/50603/>. Дата обращения: 02.06.2024.

контексте противодействия демографическому кризису. Значительная роль в репрезентации семейных ценностей принадлежит медиа: СМИ, рекламе, литературе, кинематографу и пр. Ценностные установки, транслируемые медиа, влияют на поведенческие паттерны социума, это выражается в выстраивании оптимальных моделей семьи и родительства, численности детей в семье, внутрисемейной коммуникации. Ценности семьи сегодня необходимо транслировать как особый национальный базис, скрепляющий общество, как значимый шаг к возвращению традиционных основ, духовно-нравственному оздоровлению нации.

В рамках данной диссертационной работы мы выделяем особый объект медиаисследований – фамилистический медиадискурс. Актуальность данного исследования, таким образом, заключается в разработке дефиниции обозначенного вида медиадискурса, определении генезиса, выявлении его структурно-содержательных и жанрово-функциональных особенностей, а также тематических и аксиологических доминант.

Степень научной разработанности проблемы. В условиях, когда медиа и медиадискурс являются объектом исследования ряда гуманитарных наук, мы склоняемся к междисциплинарности как принципу изучения фамилистического медиадискурса и для разработки методологического инструментария выделяем работы, которые посвящены изучению категорий «дискурс» и «медиадискурс». Специфика, типология, методика изучения дискурса представлены в трудах В.Г. Борботько, Т.А. Ван Дейка, В.И. Карасика, А.А. Кибрика, М.Л. Макарова, А.В. Олянича, Т.Н. Хомутовой, Д. Шиффрин¹³. Данные работы обозначили переход от изучения медиатекста к анализу медиадискурса, который связан,

¹³ Борботько В.Г. Элементы теории дискурса. Грозный: Изд-во Чечено-Ингуш. гос. ун-та, 1981. 112 с.; Dijk T.A. Discourse, Ideology and Context // *Folia Linguistica*. 2001. XXXV/1-2. Р. 11-40; Карасик В.И. О типах дискурса // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр.* Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20; Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дисс... д-ра филол. наук: 10.02.19. М.: Ин-т языкознания РАН, 2003. 90 с.; Кибрик А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // *Вопросы языкознания*. 2009. № 2. С. 3-21; Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.; Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: дисс... д-ра филол. наук: 10.02.19. Волгоград: ВГУ, 2004. 602 с.; Хомутова Т.Н. Типология дискурса: интегральный подход // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика»*. 2014. № 2. Т. 11. С. 14-20; Schiffrin D. *Approaches to Discourse*. Oxford: Blackwell, 1994. 470 p.

прежде всего, с изменением функциональной природы журналистики: информационная функция остается важной, но актуализируется социально-ориентирующая (идеологическая) функция. Поэтому экстралингвистические аспекты коммуникации также необходимо принимать во внимание.

Теорию, структуру и типологию медиадискурса разрабатывают такие исследователи, как Е.С. Абрамова, М.А. Бережная, Е.Л. Вартанова, Е.С. Велим, Т.Г. Добросклонская, А.И. Дубских, Л.В. Енина, П.Н. Киричек, С.Г. Корконосенко, К.В. Киуру, Е.О. Менджерицкая, Б.Я. Мисонжников, А.В. Полонский, Э.В. Чепкина¹⁴. Данные работы позволяют уточнить типологические характеристики медиадискурса, систематизировать механизмы воздействия медиатекстов на аудиторию, в том числе через лингвистические и экстралингвистические средства.

Социальный медиадискурс как предметно-тематический подвид медиадискурса и социальные проблемы как его структурные элементы анализируют П.В. Баутина, М.А. Бережная, Л.П. Громова, И.М. Дзялошинский, М.А. Журавлев, И.А. Зацепина, С.Г. Корконосенко, Р.А. Лобашов, Г. Макашина, В.Ф. Олешко, В.В. Тулупов, Т.И. Фролова¹⁵. Работы исследователей уточняют

¹⁴ Абрамова Е.С. Массмедийный дискурс: сущность и особенности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12 (42). Ч. I. С. 17-19; Бережная М.А., Корконосенко С.Г. Дискурсы идентичности в медиа: социальная интеграция и дезинтеграция // Culture. 2016. № 13. С. 97-110; Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.; Велим Е.С. Языковые особенности в структуре современного молодежного масс-медийного дискурса: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. Тверь: ТвГУ, 2015. 174 с.; Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. № 13. Вып. 22. С. 181-187; Дубских А.И. Масс-медийный дискурс: определение, характеристики, признаки // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. 2014. № 1. С. 131-136; Киричек П.Н. Дискурс масс-медиа в периметре социального управления // Современный дискурс-анализ. 2018. № 3-2. С. 218-225; Киуру К.В. Современный медийный дискурс: дигитализация медиатекста и проблема жанрообразования // Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2017. С. 243-245; Менджерицкая Е.О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 50-55; Мисонжников Б.Я. Публицистический дискурс: генезис, идентификация, типология // Теория журналистики: статус научных и учебных дисциплин / Ред.-сост. М.Н. Ким. СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т. 2010. С. 107-141; Полонский А.В. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова // Русский язык в современном медиапространстве: сборник научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БелГУ, 2009. С. 151-160; Чепкина Э.В., Енина Л.В. Журналистский дискурс: анализ практик // Известия Уральского государственного университета. Проблемы образования, науки и культуры. 2011. Т. 89. № 2. С. 76-85.

¹⁵ Баутина П.В. Журналистика как средство конструирования социальных проблем (по материалам федеральной и региональной печати современной России): дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. Казань: КГУ, 2009. 195 с.; Бережная М.А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса: дисс... д-ра филол. наук. СПб.: СПбГУ, 2009. 396 с.; Громова Л.П. Благотворительность как социальная функция СМИ // Социальная журналистика как общественная

природу «социального», выявляют функции и задачи социальной журналистики, определяют проблемное поле социального медиадискурса. В рамках данного исследования именно выделение предметно-тематического поля «социального» позволяет обращаться к еще более узкому сегменту медиадискурса.

Для определения значимости категории «ценности» важно обозначить труды социологов и философов, среди них работы С.Ф. Анисимова, С.А. Бурцева, Г.П. Выжлецова, В.В. Гаврилюк, А.М. Жернякова, Д.А. Леонтьева, Н.О. Лосского, Ю.Ю. Пономарева, Н.А. Трикоз, С.П. Штумпф¹⁶. Благодаря исследованиям данных авторов мы делаем вывод об аксиологической природе социальных процессов, о необходимости поиска объединяющих общество культурных и духовных парадигм.

деятельность: опыт и научные исследования в России, США и странах Северной Европы (17-18 марта 2014 г.). СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2014. С. 22-25; Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. 102 с.; Журавлев М.А. Социальная журналистика как направление современной журналистики // Материалы научно-практической конференции «Современные СМИ и реклама: тенденции, перспективы развития». Луганск: Книта, 2019. С. 25-29; Зацепина И.А. Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч. метод. конф. Т. 25. Соврем. проблемы массовых коммуникаций. Оренбург, 2010. С. 3194-3197; Корконосенко С.Г. Социальность журналистики и медиа: методологические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 3. С. 417-430; Лобашов Р.А. Журналистика социального действия на российском телевидении 2000-х годов: форматы, инструменты, механизмы // МедиаАльманах. 2010. № 5. С. 30-38; Макашина Г. Социальная журналистика как новый тип журналистской деятельности // Методические рекомендации по преподаванию спецкурса «Социальная журналистика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.infohome-altai.ru/node/436>. Дата обращения: 10.03.2022; Олешко В.Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху? // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 5. С. 113-117; Тулупов В.В. Социальные проблемы и социальная журналистика // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2012. № 1. С. 243-245; Тулупов В.В. Массовая социальная коммуникация и журналистика // Вестник Воронежского государственного университета. Филология. Журналистика. 2010. № 2. С. 198-203; Фролова Т.И. Медиакарьера социальных проблем: к вопросу об инновационных методах исследования СМИ // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8. С. 56-71; Фролова Т.И. Предметно-функциональные особенности социальной журналистики // Известия ИГЭА. 2014. № 2(94). С. 150-156; Фролова Т.И. Социальная журналистика: двадцать лет спустя // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 6. С. 118-146.

¹⁶ Анисимов С.Ф. Ценности реальные и мнимые. М.: Мысль, 1970. 181 с.; Бурцев С.А. Трансформация систем ценностей в переходном обществе: дисс... канд. филос. наук: 09.00.01. М.: РГУТиС, 2008. 174 с.; Выжлецов Г.П. Аксиология в системе философского знания // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2010. № 4. С. 34-39; Гаврилюк В.В., Трикоз Н.А. Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации // Социологические исследования. 2002. № 1. С. 96-104; Жерняков А.М. Понятие «ценность» в социально-философском осмыслении действительности: дисс... канд. философ. наук: 09.00.11. М.: МГУ, 2008. 226 с.; Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психологическое обозрение. 1998. № 1. С. 13-25; Лосский Н.О. Ценность и бытие. Бог и Царство Божие как основа ценностей. Париж: YMCA-PRESS, 1931. 136 с.; Пономарев Ю.Ю. Аксиологическая функция философии: единство истины, добра и красоты: автореф. дисс... канд. филос. наук: 09.00.01. Киев: КГУ, 1992. 16 с.; Штумпф С.П. Духовность как социокультурный феномен: аксиологическая направленность и перспективы развития: дисс... канд. филос. наук: 09.00.11. Иркутск: ИГУ, 2007. 156 с.

Отдельно выделим группу ученых, которые развивают сравнительно молодое направление медиаисследований – аксиологию журналистики, они рассматривают представленность ценностных начал в медиадискурсе. Здесь необходимо отметить труды В.В. Антроповой, Н.В. Брюханцевой, И.В. Ерофеевой, С.Н. Ильченко, С.Г. Корконосенко, Г.В. Лазутиной, В.Ю. Меринова, З.А. Милославской, Т.В. Науменко, Т.Е. Нерсесовой, К.Р. Нигматуллиной, И.А. Панкеева, Е.А. Поликарповой, Е.В. Пономаревой, О.Н. Савиновой, Л.Г. Свитич, В.А. Сидорова¹⁷. Это направление является крайне значимым для формулирования научной проблемы данной диссертации, поскольку доказывает необходимость изучения не только ценностной природы журналистики, но и специфики медиарепрезентации ценностей.

¹⁷ Антропова В.В. Духовность как проблемное поле современного медиапространства в аспекте аксиологии журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. № 9. С. 73-79; Брюханцева Н.В. Идеалы, идылы и ценности в современном медиапространстве // Медиаобразование: от теории – к практике: сборник материалов II Всерос. науч.-практ. конф. Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2008. С. 18-25; Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века). Чита: ЗабГУ, 2009. 297 с.; Ерофеева И.В. Аксиосфера современных СМИ: специфика и компоненты конструирования // Вестник Волгоградского государственного университета: Серия 8 «Литературоведение», «Журналистика». 2009. Вып. 8. С. 132-140; Корконосенко С.Г. Проблема ценностного потенциала современной отечественной журналистики // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 1. С. 318-325; Современная журналистика в аспекте деонтологии / Ред. Г.В. Лазутина, И.А. Панкеев. М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. 126 с.; Меринов В.Ю. Нравственные основания журналистики // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2017. № 3. С. 140-144; Меринов В.Ю. Нравственные основания журналистики // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2017. № 3. С. 140-144; Милославская З.А. Современный текст средств массовой коммуникации в аспекте аксиологии журналистики: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МПГУ, 2018. 222 с.; Науменко Т.В. Ценности и их роль в деятельности массовой коммуникации // Credo New. 2007. № 3 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.intelros.ru/2007/08/20/tv_naumenko_cennosti_i_ikh_rol_v_deyatelnosti_ma_ssovojj_kommunikacii.html. Дата обращения: 26.03.2023; Нерсесова Т.Е. Аксиологическая основа медиаконтента как способ формирования субъективного восприятия культурных ценностей общества и их оценки // Медиаскоп. 2011. №2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/835>. Дата обращения: 11.07.2022; Панкеев И.А. Деонтология журналистики как отражение связей ценностей общества и профессиональных журналистских ценностей // Массмедиа и ценностные отношения общества. Сб. науч. статей / Под ред. Г.В. Лазутиной, З.П. Симоновой. М.: МедиаМир, 2013. С. 231-239; Поликарпова Е.А. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. Ростов-на-Дону: ИППК при РГУ, 2002. 66 с.; Пономарева Е.В. Аксиологическая составляющая коммуникативного пространства медиадискурса (на примере англоязычных интернет-СМИ) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. № 3. С. 198-204; Савинова О.Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 4(2). С. 236-238; Свитич Л.Г. Ценностная парадигма как базовый фактор стратегии развития общества и медиасистемы // Век информации. 2016. № 2. С. 300-396; Свитич Л.Г. Философские категории как аксиологические гносеологемы журнализма // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения. СПб.: Медиапапир, 2022. С. 63-64; Сидоров В.А. Аксиология журналистики: учебное пособие. СПб.: ИД «Петрополис», 2016. 204 с.; Сидоров В.А., Ильченко С.Н., Нигматуллина К.Р. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. СПб.: Роза мира, 2009. 174 с.; Сидоров В.А. Информационная эпоха и аксиология журналистики // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: сборник материалов Междунар. науч.-практ. конф. М.: Фак-т журналистики МГУ, 2010. С. 37-38.

Для определения объекта данного исследования и подтверждения правомерности его выделения нами были изучены диссертации и научные статьи, посвященные семейным ценностям. Интерес к ценностям семьи как социального института проявляют философы, педагоги, социологи, политологи, юристы и т.д. Отметим работы А.Ю. Березовой, О.В. Бессчетновой, О.И. Волжиной, С.А. Давыдова, С.Ю. Девярых, Ж.Н. Дюльдиной, Д.А. Завгороднего, Л.П. Зерновой, А.В. Ковалевой, И.П. Лотовой, А.И. Нестеренко, В.В. Поповой, А.М. Роговой, А.Б. Федуловой, Л.П. Шустовой¹⁸.

Для выявления истоков фамилистического медиадискурса были изучены труды историков журналистики, например, А.И. Аكوпова, М.И. Алексеевой, Е.В. Ахмадулиной, А.Ф. Бережного, Л.П. Громовой, Я.Н. Засурского, И.В. Кузнецова, С.Я. Махониной, О.Д. Минаевой, Р.П. Овсепяна, Л.К. Швецов¹⁹; для типологизации структурных элементов – исследования

¹⁸ Березова А.Ю. Фамилизм как система ценностей российской семьи: региональный аспект: автореф. дисс... канд. социол. наук: 22.00.06. Волгоград: ВГМУ, 2017. 26 с.; Волжина О.И. Семья как социокультурная ценность: дисс... д-ра. соц. наук: 22.00.04. М., 2002. 311 с.; Бессчетнова О.В. Семья и семейный образ жизни в системе ценностей студенческой молодежи // Семья в России. 2008. № 2. С. 20-27; Давыдов С.А., Рогова А.М. Формирование семейных ценностей молодого поколения в период трансформации хозяйственной системы (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области). СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2010. 131 с.; Девярых С.Ю. Фамилизм как интегральное личностное образование // Сборник конференций НИЦ Социосфера. 2011. № 43. С. 16-19; Дюльдина Ж.Н., Шустова Л.П. Категории «ценность» и «семейные ценности» в философских, психологических и социально-педагогических науках // Современные наукоемкие технологии. 2016. № 1(11). С. 96-99; Завгородний Д.А. Семейные ценности и ориентации российской молодежи в условиях демографического кризиса: факторы влияния и тенденции развития: дисс... канд. соц. наук: 22.00.04. Краснодар: Краснодар. ун-т МВД России, 2014. 157 с.; Зернова Л.П. Актуализация семейных ценностей как фактор укрепления российской государственности // Россия: тенденции и перспективы развития. Материалы XV Международной научной конференции / Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 207-211; Ковалева А.В. Интерпретация системы семейных ценностей и ее компонентов в современном обществе // Ученые заметки ТОУ. 2010. Т. 2. № 1. С. 28-36; Лотова И.П. Системный подход к изучению семейных ценностей в современном российском обществе // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2015. № 5. С. 62-66; Нестеренко А.И. Динамика семейных ценностей: социологический аспект: дисс... канд. соц. наук: 22.00.04. М.: МГУС, 2006. 155 с.; Попова В.В. Проблемы семейных ценностей в этической философской перспективе: дисс... канд. философ. наук: 09.00.05. Тула: ТГПУ, 2012. 181 с.; Рогова А.М. Анализ социальных факторов формирования семейных ценностей среди молодого поколения: на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области: дисс... канд. соц. наук: 22.00.04. СПб.: СПбГУ, 2009. 197 с.; Федулова А.Б. Семья и семейные ценности: философско-аксиологический анализ: дисс... канд. философ. наук: 09.00.11. Архангельск: Помор. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2003. 255 с.

¹⁹ Аков А.И. Отечественные специальные журналы 1765-1917. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 1986. 128 с.; Алексеева М.И. Советские детские журналы 20-х годов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. 132 с.; Ахмадулин Е.В., Овсепян Р.П. История отечественной журналистики XX века. Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2008. 416 с.; Бережной А.Ф. К истории отечественной журналистики (конец XIX – начало XX вв.). СПб.: Изд-во СПбГУ, 1998. 137 с.; История русской журналистики XVIII-XIX веков: Учебник / Под общ. ред. Л.П. Громовой. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2003. 669 с.; Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917–2000): Учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2002. 640 с.; Махонина С.Я. История русской

А.И. Аكوпова, Е.В. Ахмадулина, Б.И. Есина, С.Н. Ильченко, Е.А. Корнилова, А.А. Никитенко, Л.Л. Реснянской, В.В. Смеюхи, В.В. Тулупова, М.В. Шкондина²⁰. Данные работы позволили сделать вывод, что становление фамилистического медиадискурса начинается во второй половине XVIII века и связано, прежде всего, со специализированной периодикой.

Проблеме репрезентации семьи и семейных ценностей в медиа посвящено некоторое количество работ, все они так или иначе решают отдельные проблемы, связанные с категорией фамилистического медиадискурса. Большинство исследований ориентированы на специфику отображения семейных ценностей в дискурсе современных медиа, они не касаются исторических аспектов данного вопроса. Таким образом, первые шаги в изучении фамилистического медиадискурса уже сделаны, например, анализ репрезентации образа семьи в текстах СМИ предпринят в трудах С.В. Белковского, Н.Н. Замотиной, Т. Ивановой, В.А. Мищенко, Т.И. Фроловой²¹. П.В. Нурилова, В.И. Фролова,

журналистики начала XX века. М.: Флинта: Наука, 2004. 368 с.; Минаева О.Д. Журналы «Работница» и «Крестьянка» в решении «женского вопроса» в СССР в 1920-1930 гг.: модель пропагандистского обеспечения социальных реформ: монография. М.: МедиаМир, 2015. 232 с.; Овсепян Р.П., Засурский Я.Н. История новейшей отечественной журналистики: Учебное пособие. М.: Изд-во МГУ, 1999. 304 с.; Швецова Л.К. Массовые еженедельники для «пестрого» читателя. Литературный процесс и русская журналистика конца XIX – начала XX века, 1890-1904. М.: Бурж.-либер. и модернист. изд., 1982. 360 с.

²⁰ Аков А.И. Методика типологического исследования периодических изданий: Монография. Иркутск: Книга, 1985. 91 с.; Ахмадулин Е.В. Типология специализированных изданий // Методология и методы исследования журналистики и медиакommunikаций: монография Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2023. С. 85-98; Есин Б.И. Еще раз о типологии // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 6. С. 65-70; Ильченко С.Н. Типологическая идентичность жанровой системы отечественных электронных СМИ: к постановке проблемы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2014. № 1. С. 248-253; Корнилов Е.А. Типология журналистики. Вопросы методологии и истории. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та, 1987. 160 с.; Никитенко А.А. Видовая и типологическая дифференциация интернет-СМИ: теория и прагматика: дисс... канд. филол. наук 10.01.10. Воронеж: ВГУ, 2013. 235 с.; Реснянская Л.Л. Типологическая структура общероссийских газетных изданий // Типология периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 47-59; Смеюха В.В. Типологическая характеристика современных российских журналов для женщин // Филологический вестник РГУ. 2000. № 2. С. 34-47; Смеюха В.В. Отечественные женские журналы: историко-типологический аспект: монография. Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2011. 188 с.; Тулупов В.В. Теоретический и практический аспекты типологий печатных периодических изданий // Акценты. Новое в массовой коммуникации. Альманах. 2007. Вып. 3-4(66-67). С. 36-44; Шкондин М.В. Периодическая печать: системные основы типологии // Типология периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 10-46.

²¹ Белковский С.В. Концепт «семья» в современной массовой российской прессе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 4(2). С. 193-199; Замотина Н.Н. Семья в российской журнальной периодике: информационные практики в контексте антикризисных стратегий // Медиаскоп [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1687>. Дата обращения: 14.06.2023; Замотина Н.Н., Иванова Т., Фролова Т.И. Медиарепрезентация альтернативных форм брачно-семейных отношений в онлайн СМИ // Гендер и СМИ. Ежегодный научный журнал. 2018. № 9. С. 75-97; Мищенко В.А. Обзор российской

Т.И. Фролова²² изучают роль российских медиа в формировании образа родительства, а статьи Л.Г. Свитич и В.В. Тучковой показывают, как семейные ценности представлены в СМИ²³.

Таким образом, несмотря на то что отдельные аспекты проблемы нашли отражение как в медиаисследованиях, так и в работах представителей других гуманитарных наук, необходим комплексный анализ фамилистического медиадискурса, который заключается в синтезе аксиологического, исторического и фамилистического подходов, в определении структурных компонентов данного вида медиадискурса, что и будет осуществлено в рамках диссертационного исследования.

Объект и предмет исследования. Объектом данного диссертационного исследования является фамилистический медиадискурс, который включает медиасообщения семейной тематики печатных, аудиальных, аудиовизуальных и сетевых СМИ, рекламы и блогосферы, популяризирующие семейные ценности.

Предмет исследования – структурно-содержательные, функционально-жанровые особенности, аксиологические доминанты фамилистического медиадискурса.

Цель и задачи исследования. Основной целью диссертационного исследования является выявление и систематизация структурно-содержательных, функционально-жанровых особенностей, аксиологических доминант фамилистического медиадискурса в разные исторические периоды.

Для достижения обозначенной цели автором сформулирован комплекс исследовательских задач, среди них:

семьи в средствах массовой информации // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013. № 6(16). С. 77-82.

²² Фролова Т.И., Фролова В.И., Нурилова П.В. Репрезентация актуальных статусов родительства в российских СМИ: обзор практик в аспекте медиатранзита // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 4. С. 710-729.

²³ Свитич Л.Г. Контент-анализ семейных ценностей в печати // Медиалингвистика: сборник материалов I Междунар. науч.-практ. конф. «Язык в координатах массмедиа». СПб.: Изд-во СПбГУ, 2016. С. 195-198; Свитич Л.Г. Роль подростковых журналов в формировании семейных ценностей. Семья как объект СМИ // Журналистика XXI века: исторический опыт и современное развитие. Владикавказ, 2019. С. 98-122; Тучкова В.В. Отражение семейных ценностей в российских СМИ // Известия российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2012. № 150. С. 158-163.

- представить основания выделения фамилистического медиадискурса в отдельный объект медиаисследований, предложить авторскую дефиницию данного понятия;
- представить исследовательскую методику, которая систематизирует содержательные, аксиологические, технологические, индустриальные структурные компоненты фамилистического медиадискурса;
- выявить функционально-жанровые, содержательные особенности медиасообщений фамилистического дискурса, их аксиологические доминанты в разные исторические периоды;
- рассмотреть становление и развитие фамилистического медиадискурса, определив и обосновав эмпирическую базу исследования, выявить условия его формирования;
- систематизировать последствия трансформации фамилистического медиадискурса в условиях современности;
- обозначить изменения структурных компонентов фамилистического медиадискурса в условиях современной медиасистемы;
- обозначить роль рекламных сообщений в популяризации ценностей семьи, выявить доминирующие аксиологические ориентиры дореволюционной, советской и современной рекламы;
- рассмотреть просемейные блоги как канал ретрансляции семейных ценностей, обозначить мотивы их ведения, систематизировать языковые особенности и тематические доминанты;
- выявить образовательный потенциал фамилистического медиадискурса, провести анализ теоретических и практических курсов, студенческих проектов, профессиональных конкурсов и фестивалей, формирующих фамилистические компетенции специалистов сферы массовых коммуникаций.

Эмпирическая база и хронологические рамки исследования. Обозначенная автором тема исследования требует анализа значительного числа медиасообщений, составляющих фамилистический медиадискурс. В рамках данной работы будет изучен отечественный опыт формирования и становления фамилистического медиадискурса в разные периоды развития России. В

дальнейшем предложенную методику можно будет использовать и для анализа фамилистического дискурса других стран.

Для выявления процессов формирования, становления и развития фамилистического медиадискурса мы обратились к анализу трех исторических периодов: дореволюционному, советскому (первое десятилетие советской власти, 1917-1927; пресса в довоенные и военные годы, 1928-1945; периодика после войны, 1946-1991) и современному.

Становление и развитие фамилистического медиадискурса проходило в условиях дореволюционной и советской периодики, однако семейная тематика находила отражение не во всех типах СМИ, для выявления структурно-содержательных, тематических и аксиологических особенностей медиадискурса данных периодов мы обратились к анализу специализированной прессы – женских, педагогических журналов, изданий для семейного чтения, в них ценности семьи транслировались более разнопланово и регулярно.

Фамилистический медиадискурс современности был изучен через сравнение специфики освещения ценностей семьи, родительства, супружества печатными, сетевыми, аудиальными и аудиовизуальными медиа. Традиции женских и педагогических журналов в репрезентации семейных ценностей переняли в современных условиях журналы для родителей, поэтому в рамках данного исследования была поставлена задача сравнить их тематические и аксиологические доминанты. Также были рассмотрены медиапроекты радио и телевидения, подкасты, для которых проблемы института семьи являются приоритетными. Значимым сегментом, формирующим аксиологические ориентиры общества, являются просемейные авторские блоги, мы проанализировали проекты, размещенные на платформах «Дзен», «ВКонтакте», YouTube, Telegram, LiveJournal.

Рекламный дискурс является частью медиадискурса, ценности, транслируемые рекламными сообщениями, оказывают влияние на мировоззрение социума, поэтому нами были проанализированы лубочные изображения дореволюционного периода, советские социальные плакаты,

видеоролики и баннеры социальной рекламы, в которых присутствуют образы детей и родителей, демонстрируются семейные ценности.

Полный перечень изданий, программ, подкастов, блогов и иных форм тиражирования ценностей семьи представлен в параграфе 1.4 данного исследования, рекламные образцы дореволюционного, советского и современного периодов систематизированы в разделе Приложения.

Определение образовательного потенциала фамилистического медиадискурса требовало систематизации социальных студенческих медиапроектов семейной тематики, они также являются эмпирической базой данного исследования.

Методология и методика исследования. Предмет и цель исследования обусловили применение комплексного междисциплинарного подхода, поэтому методологическая основа диссертации – это синтез теоретико-журналистских, социально-психологических, филологических, философских, социологических концепций. Работа учитывает фундаментальные зарубежные и отечественные исследования в теории и истории журналистики, следует принципам объективности и историзма в подходе к медиа.

Данная диссертация опирается как на общенаучные и общетеоретические методы, так и на эмпирические. Общенаучные методы, на которых базировалось исследование, это анализ и синтез, индукция, дедукция; общетеоретические – структурно-функциональный подход, типологизация и классификация, системный метод. Значимыми также являются культурно-исторический, аксиологический, функциональный, структурный, содержательный и фамилистический подходы. Подробнее методологические подходы описаны в параграфе 1.4 данной работы.

Основным методом данного исследования является дискурс-анализ, который позволил выявить особенности репрезентации семейных ценностей в медиа разных исторических периодов. Также в работе использованы опросные методы, а именно раздаточное анкетирование, – для выявления приоритетного источника получения информации о воспитании, здоровье детей,

педагогических методиках и пр. Филологический компонент исследования проявляется в анализе массива медиасообщений, их структурно-содержательных, функционально-жанровых особенностей, аксиологических доминант.

Положения, выносимые на защиту:

1. Необходимость анализа системы семейных ценностей способствует выделению отдельного направления исследований – фамилистического медиадискурса – особого типа дискурса, который тиражирует ценности семьи, родительства, супружества. Ценности семьи для многонациональной и многоконфессиональной России являются *фундаментальными*, традиционными и исторически детерминированными. В условиях аксиологического кризиса, когда разрушаются многовековые традиции, базовые социальные институты и основы, важно выявить те ценностные ориентиры, вокруг которых можно выстроить новую устойчивую систему ценностей. Фамилистический медиадискурс аккумулирует устные, письменные, мультимедийные сообщения разнообразных массмедийных каналов и учитывает экстралингвистические факторы коммуникативного процесса.

2. Анализ фамилистического медиадискурса включает следующие *структурные компоненты*: *содержательные* – представляющие собой предметно-тематическое поле, формируемое медиасообщениями; *аксиологические* – отвечающие за репрезентацию ценностных установок и ориентиров; *технологические* – характеризующиеся системой жанров и творческих приемов, используемых медиаспециалистами при создании контента просемейной тематики; *индустриальные* – демонстрирующие многообразие массмедийных каналов и площадок для более эффективного и качественного производства коммуникационных продуктов и услуг.

3. Фамилистический медиадискурс формируется через дискурсивные практики печатных, аудиовизуальных, аудиальных и сетевых просемейных медиа, а также рекламы и блогосферы. Синтез аксиологического и дискурсивного подходов позволяет систематизировать функционально-

жанровые и содержательные характеристики медиасообщений, их аксиологические доминанты. Единая исследовательская методика для выявления специфики фамилистического медиадискурса в определенный исторический период позволила учесть *многообразие коммуникативных каналов*, раскрыть *целостность* дискурса, выявить *аксиологические смыслы*, отражающие традиционные ценности российской семьи.

4. Фамилистический медиадискурс характеризуется *динамичностью, изменчивостью и преемственностью*: он реагирует на идеологические и социокультурные процессы, происходящие в обществе, ретранслирует характерные для определенного исторического периода ценностные установки. Становление и развитие фамилистического медиадискурса происходит соответственно в дореволюционный и советский периоды и связано преимущественно со специализированной периодикой, поскольку именно в женских, педагогических журналах и изданиях для семейного чтения тема семьи и семейных ценностей освещалась наиболее разнопланово. Для дореволюционного периода доминирующими являются *ценности родства, супружества*; в первое десятилетие советской власти медиа отражают аксиологический *кризис*; в послевоенное время наиболее значимыми становятся *ценности родительства и многодетности*.

5. В условиях современной медиасистемы фамилистический медиадискурс претерпел значительные изменения; аксиологическими доминантами данного периода становятся *ценности родительства и семьи*. Следствием современных трансформаций стали расширение сегмента специализированных медиа (о родительстве, приемных семьях и семейном устройстве, репродуктивном здоровье семьи, проблемах домашнего насилия, семьях с особыми детьми и т.д.); распространение социальной журналистики, прежде всего медиа социальной направленности, где представлен расширенный перечень проблем современной семьи; формирование идеологии *«ответственного родительства»*, что повысило интерес к теме воспитания и образования детей; развитие блогосферы и популярность просемейных блогов;

снятие стигмы с определенных вопросов: детского сиротства, акушерского насилия, проблем матерей с инвалидностью и пр.

6. Технологические и индустриальные структурные компоненты фамилистического медиадискурса в современных условиях существенно изменились, это нашло отражение в *расширении творческих подходов* к подаче просемейной информации, *развитии жанров и форматов* журналистики, позволяющих транслировать ценности семьи, появлении *разнообразных каналов и платформ* передачи медиасообщений, *изменении медиаповедения аудитории* просемейных СМИ от медиапотребления к медиаактивности. В процессе ретрансляции ценностей семьи медиа используют новаторские технологии и приемы, но сохраняют интерес к традиционному журналистскому инструментарию, что свидетельствует о *преемственности и консервативности* фамилистического медиадискурса.

7. В современном фамилистическом медиадискурсе аудитория принимает *активное участие*; авторские просемейные блоги реализуют функцию ретрансляции семейных ценностей; представлены большим количеством интернет-платформ. Гражданское участие демонстрирует высокую значимость и ценность для аудитории возможности воздействовать на социальные процессы, обозначать и решать проблемы института семьи. Мотивы участия авторов блогов и их структурно-содержательные характеристики *многоаспектны*: демонстрация родительства, получение советов по воспитанию подрастающего поколения, общение с единомышленниками, социализация мам в декрете, монетизация, нетрадиционный быт семьи и пр. Аудитория обеспечивает *существенное расширение* фамилистического медиадискурса.

8. Социальная реклама является частью фамилистического медиадискурса и также транслирует семейные ценности. Ценности патриархальной семьи, родительства, родства передавались русским *народным лубочным* искусством; советский *пропагандистский плакат* акцентировал внимание на ценностях материнства и детства, образ счастливого советского ребенка являлся одним из центральных. *Современная реклама* популяризирует

ценности родительства и супружества, а также выявляет *кризисные явления* и проблемы института семьи, привлекает к ним внимание. *Ценностно-формирующий потенциал* рекламного дискурса определяет его воздействие на мировоззрение, установки и поведенческие паттерны аудитории и позволяет рассматривать рекламную коммуникацию в качестве эффективного механизма ретрансляции аксиологических смыслов.

9. Обеспечить структурно-содержательное и функционально-жанровое разнообразие фамилистического медиадискурса, его оптимизацию способна направленная подготовка специалистов сферы массовых коммуникаций. Фамилистический медиадискурс обладает определенным *образовательным потенциалом*, который выражается, с одной стороны, в способности журналистского сообщества повышать качество публикаций семейной направленности, расширять тематический спектр сообщений, тем самым привлекая внимание к проблемам института семьи и закрепляя у аудитории значимые аксиологические постулаты, а, с другой стороны, в возможности формировать фамилистические компетенции у будущих специалистов сферы массовых коммуникаций как за счет анализа тиражируемых редакциями просемейных медиапродуктов, так и посредством создания *авторских студенческих проектов*, транслирующих ценности семьи, материнства и детства.

Научная новизна исследования заключается в постановке проблемы, которая связана с выделением отдельного объекта медиаисследований – «фамилистического медиадискурса».

Проявляется научная новизна диссертации в следующем:

- во введении в научный оборот понятия «фамилистический медиадискурс» и в определении его основных атрибутов и особенностей;
- в разработке исследовательской методики, которая систематизирует содержательные, аксиологические, технологические, индустриальные структурные компоненты фамилистического медиадискурса;

- в определении структурно-содержательных, функционально-жанровых аксиологических особенностей медиасообщений фамилистического медиадискурса разных эпох на примере печатных, аудиовизуальных, аудиальных и сетевых просемейных медиа, блогов и рекламы;
- в анализе процессов становления, развития фамилистического медиадискурса в разные исторические периоды;
- в выявлении преемственности и целостности фамилистического медиадискурса, обозначении аксиологических доминант, отражающих традиционные ценности российской семьи;
- в определении образовательного потенциала фамилистического медиадискурса, анализе авторских проектов, направленных на формирование фамилистических компетенций настоящих и будущих специалистов сферы массовых коммуникаций.

Теоретическая и практическая значимость. Введенный диссертантом в научный оборот термин «фамилистический медиадискурс» может способствовать разработке тематических ракурсов аксиологии медиа. Синтез дискурсивного и аксиологического подходов, в том числе и оформившийся интерес к аксиологии медиа, позволил нам говорить о правомерности выделения социального медиадискурса как отдельной предметно-тематической категории; поскольку тема семьи и семейных ценностей является сегментом социального медиадискурса и сегодня актуализируется не только в политической коммуникации, но и в медийной, предложенная категория «фамилистический медиадискурс» может быть изучена в рамках разных научных направлений – философии, лингвистики, политологии, психологии и т.п.

Представленные структурно-содержательные, функционально-жанровые особенности, аксиологические доминанты фамилистического медиадискурса, предпосылки формирования и функционирования фамилистического медиадискурса позволяют обозначить предметный и методологический контуры данного феномена, что в будущем может быть применено исследователями для углубления теории медиадискурса.

Разработанные автором рекомендации по совершенствованию публикаций просемейной тематики, представленная программа курсов повышения квалификации для журналистов, освещающих социальные проблемы, могут улучшить качество журналистских практик.

Анализ образовательного потенциала фамилистического медиадискурса, в том числе фестивально-конкурсная деятельность как инструмент популяризации семейных ценностей, разработанные автором проекты международных и всероссийских конкурсов просемейной рекламы могут способствовать оптимизации продвижения ценностей семьи.

Апробация результатов исследования. Апробация осуществлялась в следующих форматах:

- в 67 публикациях общим объемом 59,15 п.л., среди них 2 монографии, 17 статей в изданиях, рекомендованных ВАК РФ, в том числе, 1 статья в международных индексируемых изданиях, включенных в наукометрическую базу Web of Science, 48 статей в научных журналах, сборниках научных трудов и материалах научных конференций;

- в выступлениях на круглых столах, семинарах, форумах, конференциях различного уровня, в том числе на 38 международных («Современные СМИ в контексте информационных технологий», Санкт-Петербург, 2023; «Актуальные проблемы экранных и интерактивных медиа», Москва, 2023; «Коммуникация в современном мире», Воронеж, 2021-2024; «Медиаисследования 2022, 2023», Барнаул, 2022-2023; «Медиатехнологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы», Ставрополь, 2022; «Новые тренды журналистики и медиакommunikаций», Москва, 2022; «Журналистика в эпоху цифровых трансформаций: ценности и практики», Тамбов, 2022; «Трансформации общественного сознания в переходную эпоху», Нижний Новгород, 2022; «Визуальные медиакommunikации и реклама: новые технологии и методология исследований», Челябинск, 2022; «Региональная школа журналистики: векторы исследования», Нижний Новгород, 2022; «Журналистика в 2019-2020-2021-2023 году: творчество, профессия, индустрия», Москва, 2020-2022, 2024; «Диалог

культур в медиапространстве», Ставрополь, 2022; «Mediaобразование: медиавключенность vs медиаизоляция, Челябинск, 2021; «Современные проблемы и перспективные направления журналистики и гуманитарных наук», Нур-Султан, 2021; «Медиа в меняющемся мире: проблемы изучения и преподавания», Нижний Новгород, 2021; «Новые медиа для современной молодежи», Санкт-Петербург, 2021; «Пользовательский контент в современной коммуникации», Челябинск, 2021; «Связь времен – связь поколений», Луганск, 2020; «Mediaобразование: Медиа как тотальная повседневность, Челябинск, 2020; «Коммуникативные стратегии СМИ: теоретические подходы и новые реалии», Нижний Новгород, 2020; «Рекламное и PR-образование в условиях информационно-технологических перемен: актуальные вопросы и тренды», Челябинск, 2020; «Здоровье как ресурс: V. 2.0», Нижний Новгород, 2019; «Медиа чтения СКФУ», Ставрополь, 2019; «Mediaобразование: векторы интеграции в цифровое пространство», Челябинск, 2019; «Журналистика в системе альтернативных источников информации», Нижний Новгород, 2017; «СМИ и духовная жизнь общества», Нижний Новгород, 2012) и 2 всероссийских («Позывные Нижнего», Нижний Новгород, 2019; «Трансформация традиционных ценностей в зеркале СМИ в меняющемся мире», Нижний Новгород, 2013);

- в чтении лекций и организации курсов повышения квалификации для журналистов Нижегородской области по программе «Формирование традиционных семейных ценностей в средствах массовой информации» совместно с Центром национальной славы и Фондом Андрея Первозванного, 2013 год;

- в разработке и чтении лекционных и практических курсов «Семейная тематика в СМИ», «Проблемы современности и повестки дня в СМИ», «Психология рекламы» в ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского»;

- в регистрации электронного управляемого курса «Семейная тематика в СМИ» в системе e-learning.unn.ru;

- в организации и научном консультировании международного Фестиваля социальной рекламы «Семья – дело серьезное», который проходил в апреле-октябре 2023 года.

Структура работы. Архитектоника диссертационного исследования обусловлена целью и задачами работы. Диссертация состоит из введения, пяти глав, которые разделены на параграфы, заключения, библиографического списка, приложений.

Во Введении формулируются цель и задачи исследования, положения, выносимые на защиту; представляется апробация работы; систематизируются методы и эмпирическая база; определяются актуальность, степень научной разработанности проблемы, теоретическая и практическая значимость, научная новизна, объект и предмет исследования.

Первая глава диссертации «Фамилистический медиадискурс: теоретико-методологические основы исследования» представляет анализ научных гипотез и подходов к изучению понятийного аппарата, предлагается авторский вариант трактовки ряда терминов, описывается методологическая база. Здесь отражены трактовки понятий «дискурс» и «медиадискурс», систематизированы основные подходы к типологизации медиадискурса; рассматривается категория «социальное», выявляется проблемное поле социального медиадискурса, акцентируется внимание на основаниях обращения к категории «фамилистический медиадискурс» и дается его трактовка. Наряду с этим постулируется важность аксиологического подхода к изучению медиа и рассматривается фамилистический медиадискурс с позиции аксиологии, систематизируются методологические аспекты его изучения.

Вторая глава исследования «Специфика формирования фамилистического медиадискурса в дореволюционный период» показывает процесс становления данного типа дискурса на примере дореволюционных женских и педагогических журналов, а также периодики для семейного чтения. В главе систематизированы идеологические, социокультурные и исторические условия формирования фамилистического медиадискурса, его структурно-содержательные и функционально-жанровые особенности. Выявлены основные тематические и

аксиологические доминанты обозначенных типов СМИ, отдельно рассмотрен рекламный дискурс в структуре медиадискурса на примере лубочных изображений, popularизирующих ценности семьи и родительства.

В третьей главе диссертации «Особенности развития фамилистического медиадискурса в советский период» представлен анализ нескольких исторических этапов, которые характеризовались неоднородностью, противоречивостью транслируемых ценностных постулатов. Хронологические рамки главы: первое десятилетие советской власти (1917-1927), довоенное и военное время (1928-1945) и послевоенный период (1946-1991). Эмпирической базой данной главы являются те же типы специализированной периодики, что рассматривались выше, но на смену народному лубку приходит советский пропагандистский плакат, тиражирующий ценности семьи и детства.

Четвертая глава «Фамилистический медиадискурс в условиях современной медиасистемы» представляет результаты анализа печатных и сетевых изданий для родителей, аудиальных и аудиовизуальных проектов, тиражирующих ценности семьи. Отдельно представлены авторские просемейные блоги, выявляются мотивы их ведения, среди них выделяется шерентинг («демонстрация родительства») как следствие внедрения идеи «ответственного родительства». На примере социальной печатной и видеорекламы отражена специфика фамилистического рекламного дискурса.

В пятой главе диссертационного исследования «Образовательный потенциал фамилистического медиадискурса: от теории к практике» анализируется включенность категории семейных ценностей и традиционных духовно-нравственных постулатов в курсы подготовки будущих специалистов сферы массовых коммуникаций как на уровне бакалавриата, так и магистратуры. В рамках постулируемого практико-ориентированного подхода к медиаобразованию анализируются студенческие социальные медиапроекты семейной тематики, выявляется роль профессиональных конкурсов и фестивалей в формировании фамилистических компетенций.

В Заключении предложены выводы и итоги диссертационного исследования.

Библиографический список включает в себя 647 наименований работ, как отечественных, так и зарубежных авторов, в том числе источниковую базу исследования.

Приложения содержат таблицы и иллюстративный материал, сопровождающий отдельные положения диссертации.

ГЛАВА I. ФАМИЛИСТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данная глава содержит теоретические основания выделения фамилистического медиадискаурса в качестве предмета анализа; в ней сформированы методологические основы исследования. Вследствие систематизации подходов к определению и типологизации медиадискаурса в рамках диссертационной работы особую значимость приобретает предметно-тематическое поле как параметр дифференциации типов медиадискаурса.

Фамилистический медиадискурс нами рассматривается здесь как неотъемлемая часть социального медиадискаурса и отдельное предметно-тематическое поле, которое необходимо анализировать через включенность в социальную проблематику. В главе осуществлен разбор проблемного поля социального медиадискаурса, сделан акцент на проблемах семьи как социального института.

Для того, чтобы представить семейные ценности в отражении медиа, в работе применен аксиологический подход: ценности семьи, брака и родительства нами рассматриваются как базовые и основополагающие для личности и социума. В главе показано, что фамилистическая парадигма развивается не только в философии и социологии, ее проявления можно наблюдать и в других гуманитарных науках, она применима и для медиаисследований.

Обращение к категории «ценности» позволяет нам не только систематизировать основные подходы к их классификации, но и прояснить значимость аксиологической проблематики для разных научных школ. Культурно-аксиологическая концепция обуславливает необходимость применения сравнительно-исторического подхода для анализа рецепции проблем семьи как социального института в медиа.

Особый интерес в рамках данной диссертационной работы представляет аксиология журналистики как отдельное направление медиаисследований, которое, с одной стороны, занимается вопросом отражения в медиа

традиционных ценностей (в том числе и ценностей семьи), но, с другой стороны, анализирует саму журналистику как социальную ценность, ей посвящен отдельный параграф данной главы.

§ 1.1. Специфика медиадискурса: анализ понятий и подходов к определению

Медиа играют в жизни общества одну из значимых ролей, поэтому их функционирование является объектом исследования экспертов, представляющих самые разные сферы научного познания: медиа интересуют теоретиков и практиков культурологии, политологии, лингвистики, психологии, философии, педагогики, филологии и иных областей. На протяжении длительного времени главной функцией медиа считалась информационная, то есть распространение актуальной общественно значимой новостной информации на широкую массовую аудиторию. Поэтому главным посылом исследователей являлось изучение медиатекста как продукта передачи информации от журналиста аудитории, в фокус внимания попадали такие проблемы, как функциональная стилистика текста, система журналистских жанров, лингвокультурные особенности медиатекстов и т.п.

Несколько позднее исследователи стали уделять внимание разработке контент-стратегии медиа, отбору тем и проблем для создания медиаповестки, технологиям подачи информации, что так или иначе является определяющим в процессе формирования у аудитории ценностных приоритетов и ориентиров. В связи с тем, что влияние на социум подразумевает использование не только вербальных средств, постепенно к лингвистическому анализу медиатекстов добавилось изучение социокультурных, психологических, бихевиористских, когнитивных процессов. Изучение медиа становится постепенно междисциплинарным, в ряде работ на первый план выходит анализ дискурсивных практик, а лингвокоммуникативная парадигма позволяет рассматривать коммуникативные стратегии как процесс и результат некой коммуникативной деятельности для реализации определенной заранее

установленной цели без отрыва от внешних воздействующих обстоятельств. Медиадискурс рассматривается разными авторами, но подходы к его дефиниции и типологизации не всегда являются идентичными, что требует в рамках данного диссертационного исследования уточнения понятийного аппарата и методологии изучения медиадискурса.

1.1.1. Генезис понятия «дискурс»

Рассмотрим основные подходы исследователей к определению базовых понятий. Термин «дискурс» сегодня широко распространен в самых разных направлениях гуманитарных наук, из лингвистики и смежных дисциплин он перешел в сферу общенаучной лексики. Рассмотрим генезис данного понятия, чтобы впоследствии перейти к трактовке смежного термина – «медиадискурс». Единого унифицированного определения до сих пор не выработано исследователями из-за различий в подходах к явлению.

Термин «дискурс» с позиции этимологии имеет латинские корни: *discursus* – это «беседа, разговор», но в период Античности термин практически не встречается в дошедших до нас текстах, зато его активное использование можно отметить в эпоху Возрождения, когда появились тексты не анонимные, а авторские. В эпоху Нового времени термином «дискурс» могли обозначать научное мышление; эпитет «дискурсивный» был антонимичным понятию «интуитивный»²⁴.

К началу XX века понятие «дискурс» имело несколько разных дефиниций. Но основанием и базой для его дальнейшего развития становится лингвистика. Считается, что первым в научный оборот ввел термин «дискурс» французский лингвист Э. Бенвенист в значении «речь, присваиваемая говорящим», речь индивидуальная²⁵. В тот же самый период американский исследователь З. Харрис издает статью «Discourse Analysis», в ней он изучает различные коммуникативные ситуации, а термином «дискурс» обозначает

²⁴ Кожемякин Е.А. Дискурс-анализ как междисциплинарная методология: исторический аспект // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2008. № 2. С. 5-6.

²⁵ Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: УРСС, 2002. С. 139.

предложения/фразы, которые используются разными людьми в идентичных коммуникативных ситуациях²⁶.

Важным для понимания природы дискурса являются труды М. Фуко, который представлял дискурс и как процесс, и как результат коммуникативной практики, это некий способ восприятия и упорядочения действительности, выраженный в дискурсивной практике²⁷. Важно, что изучение специфики дискурса должно быть основано на обозначении исторического места высказывания, его идеи, языкового воплощения. В монографии «Археология знания» исследователь называет дискурсивные практики «динамическими единицами мира культуры»²⁸, заявляет, что существуют определенные правила их применения.

Основные идеи М. Фуко впоследствии нашли отражение в работах представителей французской школы лингвистики, например, в исследовании «Квадратура смысла»²⁹ делается акцент на ситуативном контексте текстов и высказываний, здесь учитывается целый комплекс факторов, среди них идеологические, психологические, социокультурные, социальные, а также цели и задачи коммуникатора, который взаимодействует с аудиторией.

Еще одной значимой фигурой, на чьи работы принято ссылаться при определении природы дискурса, является Т. ван Дейк, он рассматривал не только прагматическую природу дискурса, но и нелингвистические аспекты, его определение дискурса многие принимают в качестве базового: дискурс в его исследовании представляет собой связанное многоаспектное коммуникативное действие, которое объединяет и процесс создания текста, и экстралингвистические обстоятельства, являющиеся сопутствующими данному процессу. К экстралингвистическим факторам исследователь относит мировоззрение, кругозор, установки и задачи коммуникации, все это

²⁶ Harris Z.S. Discourse Analysis // Language. 1952. Vol. 28, № 1. P. 1-3.

²⁷ Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. М.: Касталь, 1996. С. 30.

²⁸ Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996. С. 167.

²⁹ Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / Сост. П. Серио; Предисл. Ю.С. Степанова. М.: Прогресс, 1999. 413 с.

применимо к актору коммуникации³⁰. Данная концепция наглядно иллюстрирует, что невозможно понять истинной природы высказывания без анализа внеязыковых факторов.

Ю. Хабермас³¹ в рамках авторской теории коммуникативного действия описывает дискурс как диалогическое действо, целью которого является достижение консенсуса или согласия. Исходя из данного определения, можно выделить такие производные дискурса, как дискурсивное общение, консенсусная коммуникация и этика дискурса, последней он наделяет речевую диалоговую интенцию.

Отдельно отметим, что трактование понятия «дискурс» может зависеть и от научной школы, которая занимается его изучением. Так, для Франции характерен структурно-семиологический подход, что отражено в исследованиях Р. Барта, М. Пешо, в Германии – лингвистический подход – Д. Буссе, Р. Меррингер, В. Тойберт. В Голландии – когнитивно-прагматический (Т. ван Дейк), а в США и Великобритании – логико-аналитический (У. Куайн, Дж. Серль).

В отечественной лингвистике термин «дискурс» начал широко использоваться только в 1980-е годы и также способствовал возникновению научных дискуссий, связанных с определением наиболее точной трактовки понятия. Сегодня можно говорить о том, что в России существует несколько направлений или подходов, объясняющих природу дискурса. Одни исследователи определяют дискурс как элемент когнитивной деятельности, другие фокусируются на его лингвистической природе (здесь можно выделить формальный, языковой и функциональный подходы), третьи – на ситуативном характере коммуникации.

Рассмотрим, какие признаки исследователи вкладывают в основу определений понятия «дискурс». Исследования В.В. Красных схожи со взглядами М. Фуко, поскольку представляют дискурс и как процесс, и как

³⁰ Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. С. 11.

³¹ Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб.: Наука, 2001. 415 с.

результат. Если рассматривать дискурс как результат, то это совокупность текстов, которые появляются в процессе коммуникативной деятельности. Дискурс как процесс – это «вербализованная» деятельность³². Здесь дискурс имеет два плана: лингвокогнитивный и лингвистический.

На понимании дискурса как коммуникативного события построена современная коммуникативно-функциональная парадигма, которая многое подчерпнула из трудов Т.А. ван Дейка. Например, А.А. Кибрик, определяет дискурс как «коммуникативную ситуацию, включающую сознание коммуникантов и создающийся в процессе общения текст»³³, а Д. Шиффрин³⁴ – как неотделимые от контекста высказывания в сфере устной и письменной коммуникации.

Еще одним признаком, определяющим дискурс, является социальный статус. Здесь особо выделим работы В.И. Карасика³⁵, который рассматривал дискурс как коммуникацию людей с разными позициями в социуме, от социального статуса коммуникантов зависит тип речевого поведения, а также он находится во взаимосвязи и с самим видом коммуникативного взаимодействия.

Лингвистическое понимание дискурса представлено в работах В.Г. Борботько, В.З. Демьянкова, Т.М. Николаевой³⁶, все они концентрируются на том, что дискурс – это текст, состоящий из предложений как коммуникативных единиц языка, которые связаны единым смыслом и воспринимаются как единство.

Лингвокоммуникативную природу дискурса представляет в своих работах Г.А. Орлов³⁷: материализация дискурса происходит в виде устного или письменного высказывания, которое отличается завершенностью, как в

³² Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. 270 с.

³³ Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19. М.: Ин-т языкознания РАН, 2003. 90 с.

³⁴ Schiffrin D. Approaches to Discourse. Oxford: Blackwell, 1994. P. 41.

³⁵ Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.

³⁶ Борботько В.Г. Элементы теории дискурса. Грозный: Изд-во Чечено-Ингуш. гос. ун-та, 1981. 112 с.

³⁷ Орлов Г.А. Современная английская речь. М.: Высшая школа, 1991. 240 с.

смысловом, так и в структурном значении, а его продолжительность зависит от цели и задач, поэтому это может быть и отдельное предложение, и целостное произведение – лекция, рассказ и т.д.

Диалоговая природа дискурса показана в трудах М.Л. Макарова, исследователь изображает дискурс как диалог. Дискурс, по его мнению, социален по своей природе, направлен вовне, причем невозможно заранее предугадать, как будет развиваться коммуникация, тем не менее, если выполнять «условия» коммуникации, то диалог может пойти по стандартному пути, по ожидаемому алгоритму, для этого необходимо следовать нормам и правилам общения³⁸. Диалогичность для дискурса – это, прежде всего, присутствие обратной связи, то есть последовательный обмен высказываниями, подобное взаимодействие предполагает обмен мнениями для достижения единого понимания ситуации.

Структурными элементами дискурса являются неотъемлемые составляющие коммуникативного действия, среди них объект и субъект коммуникации, социокультурное окружение – контекст и фон, канал и сами передаваемые сообщения. Сюда же необходимо отнести и экстралингвистические аспекты: условия коммуникации как социальные, так и исторические, социальный статус и психотип актора и его собеседника, время и место коммуникации³⁹.

Субъектами дискурсивной практики принято считать либо отдельно взятую личность, либо определенную социокультурную группу, но здесь важно помнить, что и языковая личность не свободна от определенных психологических особенностей, свойственных ей, и социокультурная группа наделена и демонстрирует определенные характеристики в момент речевой коммуникации.

³⁸ Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 19.

³⁹ Климова Э.Н. Имиджевый дискурс: содержание понятия и интерпретативные возможности в маркетинговых коммуникациях // Вестник АГАУ. 2012. № 2. С. 153.

Онтологическими признаками дискурса можно считать следующие: интертекстуальность, функциональность, дискретность, целостность. К числу существенных признаков также можно отнести значимость, тематичность, полисемантичность, логичность.

По результатам анализа данных определений можно сделать некоторые выводы. Исследователи обращают наше внимание на устойчивые, характерные особенности дискурса, во-первых, на его лингвопрагматический характер, что находит выражение в том, что он представлен в виде высказываний, текстов и иных семиотических единиц. Во-вторых, дискурс находится в зависимости от когнитивных процессов акторов коммуникации, отсюда необходимость учитывать историческую, этническую, социальную природу дискурса. В-третьих, имеет значение и экстралингвистическая специфика коммуникации, здесь важен анализ того, как социальные, психологические, культурные условия влияют на форму и содержание дискурсивных практик.

Таким образом, синтезируя вышесказанное, приходим к выводу, что ***дискурс* – это многоплановое коммуникативное явление, в его основе лежат семантически оформленные устные или письменные высказывания, как в монологической, так и в диалогической форме, которые определены экстралингвистическими факторами и реализуют определенные цели участников коммуникативно-речевой ситуации.**

Необходимо отметить, что изначально интерес к дискурсу наблюдался у лингвистов, далее к нему обратились структуралисты. С позиций формального подхода он понимался как устная/письменная речь в естественных условиях, важно, что речь рассматривалась в качестве нескольких предложений, связанных по смыслу друг с другом. Впоследствии понятие дискурса стало включать в себя значительный социокультурный контекст, а в последней трети XX века под воздействием семиотики внимание исследователей аккумулировалось на экстралингвистических аспектах дискурсивных практик. Дискурс-анализ также стал важным периодом в развитии теории дискурса.

Трудности в понимании и классификации дискурса обусловлены его междисциплинарной природой, знаковая формула Ж. Дерриды «Все есть дискурс» иллюстрирует, что дискурс стал трактоваться шире, чем текст, речь и языковое высказывание. Сегодня дискурс – это совокупность социальных практик, тиражирующих значения, ценности и смыслы. Рассмотрим подробнее медиадискурс как один из типов дискурса.

1.1.2. Сущность медиадискурса как объекта исследования

Многоплановость дискурса определяется в том числе и тем, что существуют разные типы дискурса. Для того, чтобы определить специфику медиадискурса, обратимся к анализу некоторых подходов к типологизации дискурса. Интегральный подход к дискурсивным практикам представлен в трудах многих исследователей. Например, В.И. Карасик⁴⁰ предлагал разделять институциональный (коммуникация с учетом статусно-ролевых отношений) и персональный (индивидуально-личностный) дискурсы. Е.И. Шейгал⁴¹ и Е.В. Михайлова⁴² выделяют такие типы дискурса, как научный, политический, экономический, массмедийный и иные, подчеркивая, что тип дискурса находится во взаимосвязи с видом социальной деятельности. Подробнее на типологии медиадискурса остановимся в следующих разделах исследования, а сейчас сконцентрируем наше внимание на массмедийном дискурсе, который в рамках данной работы будет обозначен как медиадискурс.

Для понимания сущности и природы медиадискурса рассмотрим подходы к определению данного понятия. Очевидно, что оно является производным от рассматриваемого нами ранее термина «дискурс» и основы «медиа». Без анализа трактовок термина «медиа» дальнейшее исследование не

⁴⁰ Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.

⁴¹ Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.01, 10.02.19. Волгоград, 2000. 431 с.

⁴² Михайлова Е.В. Интертекстуальность в научном дискурсе (на материале статей): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград: Изд-во Волгоград. гос. пед. ун-та, 1999. 22 с.

представляется репрезентативным, поскольку на сегодняшний день существуют абсолютно диаметрально противоположные точки зрения на природу медиа.

Если обратиться к первоначальному значению термина «медиа», то он происходит от латинского *medium* – посредник. Другими словами – это сам носитель коммуникации для передачи и производства сообщения (символической формы). Символическими формами могут быть слова, в которых заложен определенный смысл и при помощи которых «посредник» побуждает на те или иные действия индивида, социальную группу или общество в целом. Таким образом, в процессе коммуникации субъект может придавать ту или иную форму различным «смыслам», а процесс обмена этими смыслами и является процессом коммуникации⁴³.

Становление и развитие понятия «медиа» стало возможным благодаря работам канадского философа, исследователя массовых коммуникаций и одного из основателей торонтской школы коммуникации М. Маклюэна. Определение термина впервые появилось в его труде «Понимание Медиа: внешние расширения человека», где медиа обозначает «внешние расширения» человека, то есть все то, с помощью чего передается социально значимая информация⁴⁴. Средства коммуникации или «посредники» могли включать в себя как предметы: телефон, телеграф, так и разные явления: устная речь, кино или телевидение и т.д. Все перечисленные «технологии» передачи информации объединяло то, что они могли преобразовывать коммуникацию человека как с природным, так и с социальным миром – это есть то, что «расширяет» человека как вовнутрь, так и вовне.

Второе заключение, к которому пришел М. Маклюэн, было основано на том, что медиа сопряжены с принципом непосредственной связи контента и способами его создания и передачи. Свой вывод исследователь резюмировал в известном афоризме: «Медиа – это сообщение»⁴⁵. Можно сделать вывод, что

⁴³ Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа: учебник. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2020. С. 11.

⁴⁴ Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.: Гиперборей; Кучково поле, 2007. С. 119.

⁴⁵ Там же. С. 9.

между контентом и формой его выражения существует определенная связь – контент не существует отдельно, сам по себе, а форма, в которую он заключен, влияет на его восприятие человеком. Однако, из-за такого «широкого» подхода к пониманию этого понятия, медиа, выступающие в качестве коммуникативного посредника, приравниваются к обычным видам благ, которые, в свою очередь, не несут в себе никакого сообщения.

При определении природы медиа необходимо учитывать и вид коммуникации, которая может быть немедиатизированной и медиатизированной (опосредованной). Первый способ передачи сообщения человеку был дан биологически, и он непосредственно использует его каждый день (жесты, устная речь). Второй вид коммуникации, который исследователи и называют «медиа», предполагает использование дополнительных средств для передачи информации и осуществления актов коммуникации⁴⁶. Это значимое пояснение для понимания сущности медиа.

Отождествление медиа и средств массовой информации является в корне неверным, содержание медиа значительно шире. Профессор В.П. Коломиец в своей книге «Медиа социология: теория и практика» основывался на структуре медиа французского исследователя Ф. Баля⁴⁷, но в основу деления закладывал не технические средства, а социальные практики индивидов, складывающиеся в результате использования медиа, он выделяет автономные, межличностные и централизованные медиа⁴⁸. Автономные медиа – это такие медиа, с помощью которых человек создает свое окружение, свою повседневную картину этого мира – индивидуальную коммуникационную среду. Сюда можно отнести традиционные по своей форме медиа – газеты, журналы, книги. Кроме того, благодаря техническим достижениям: изобретению граммофона, телеграфа и др., которые ознаменовали конец XIX и начало XX веков, эта группа посредников значительно увеличилась. Но, в свою очередь, эти устройства не

⁴⁶ Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа: учебник. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2020. С. 19.

⁴⁷ Ball F. Media et socits. Paris, 2001. P. 8-9.

⁴⁸ Коломиец В.П. Медиа социология: теория и практика. М.: ООО «НИПКЦ. Восход-А», 2014. 325 с.

являются теми технологическими средствами, которые связывают человека с миром, как, например, это делают печатные медиа. Вторая группа – это межличностные медиа. Это посредники, которые помогают выстраивать межличностную коммуникацию: телефон, смартфон, которые сегодня играют большую роль в развитии виртуального общения. Последняя группа – централизованные или массовые медиа, для функционирования которых необходимо приобретение специального оборудования; также для их существования нужна определенная система, в которой они будут распространяться, а также точки для их подключения. Исследователь к этой группе относит традиционные средства коммуникации и информации.

Автор данной структуры отмечает, что несмотря на то, что представленная классификация достаточно полно описывает принадлежность традиционных медиа к одной из групп, она совершенно не учитывает появление новых технологий и интернета, который на сегодняшний момент не только вобрал в себя существующие формы медиа, но и создал уникальную коммуникационную цифровую среду, которая может быть как автономной, так и централизованной в зависимости от потребностей конкретного пользователя или группы.

Основными атрибутами медиа, выделенными британским социологом Д. Томсоном⁴⁹, являются: степень фиксации, степень воспроизводимости (тиражируемости) и степень удаленности во времени и пространстве. Во-первых, медиа как техническое средство призвано фиксировать символические формы. Печатные виды коммуникации обладают высокой степенью фиксации, а радио и телевидение, в свою очередь, – меньшей. Во-вторых, символические формы могут стать предметами потребления или «товарами» на рынке – их репродуцируемость лежит в основе коммерциализации, то есть извлечения прибыли от средств коммуникации. Журнал или фильм будут обладать большей тиражируемостью, чем рукописная книга. В-третьих, существуют

⁴⁹ Thompson J.B. The media and modernity: A social theory of the media. Cambridge: Stanford University Press, 1995. 314 p.

медиа, которым не обязательно быть привязанными к определенному месту и времени. Книга, как одна из форм медиа, может быть прочитана в любое время и в любой точке земного шара. Но, например, человек должен слушать радио именно в момент эфира, несмотря на то, что оно находится на определенной дистанции от аудитории.

Для правильного использования любого медиа необходимы компетенции – ряд навыков, благодаря которым получается осуществлять тот или иной вид деятельности. Примером могут служить грамотное использование интернет-технологий или умение писать (письменная коммуникация).

Анализируя категорию медиадискурса, важно рассматривать и сам коммуникативный процесс, поэтому здесь представляет интерес теория британского социолога Д. Томсона⁵⁰, он выделяет три вида коммуникации: немедиатизированную (взаимодействие индивидов происходит без использования технических средств, т.е. без медиа), медиатизированный обмен сообщениями (технически опосредованная коммуникация нескольких индивидов) и медиатизированный обмен информацией от одного адресата ко многим неопределенным адресатам – квазиинтеракция.

Последний вид передачи сообщения располагается на вершине коммуникационной пирамиды Д. Маккуэйла⁵¹, которая состоит из микро-, мезо- и макроуровней. Нижняя часть пирамиды представлена интерперсональной коммуникацией, которая происходит внутри конкретного индивида – он, взаимодействуя с сообщением, символическими формами, пытается интерпретировать его, но, самое главное, усвоить благодаря своим когнитивным способностям – мышлению, обучению, умению рассуждать и др. Коммуникация на мезоуровне представлена как обмен сообщениями между индивидами, внутри и между социальных групп или локальных сообществ, а также внутри институций. На вершине пирамиды располагается

⁵⁰ Thompson J.B. The media and modernity: A social theory of the media. Cambridge: Stanford University Press, 1995. 314 p.

⁵¹ McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. L.: Sage Publications, 2010. 632 p.

медиатизированная квазиинтеракция – массовая коммуникация, которая направлена как на общество в целом, так и на его отдельные социальные группы. Стоит отметить, что Д. Маккуэйл добавляет еще одну характеристику к определению медиа – институционализированность. Поэтому медиа в представлении ученого – это существующее в виде предприятий или структур производство и повсеместное распространение символических товаров при помощи сохранения и передачи информации и символических форм содержимого (контента).

Поэтому ключевыми элементами, которые помогут определить «медиа», будут такие положения:

- способность индивида использовать продукт массовой коммуникации в любом месте и в любое время;
- доступность символических форм, находящихся в публичном обороте, для широкого круга неопределенной аудитории (в этом главное отличие от межличностных форм медиа);
- воспроизводимость, потому что символические формы в рамках массовой коммуникации являются товаром;
- создание и использование продукта (символических форм) для удовлетворения своих потребностей организуется в пределах определенно оформленных отношений (чаще всего экономических);
- независимость – медиа выступают товаром, который произведен изолировано от акта потребления.

Сегодня в интернет-пространстве мы можем наблюдать большое количество блогов, которые, по своей сути, являются формой интерперсональной коммуникации, но при этом они общедоступны для многочисленной неопределенной аудитории, то есть группы, где реципиенты выступают анонимными, опосредованными в общении коммуникантами и потому статистически усредненными индивидами, не становящимися конечным адресатом ценностной информации. Следует подчеркнуть еще и тот

факт, что блоги не являются институционализированной формой коммуникации – их создателями выступают люди, которые развивают их самостоятельно без помощи предприятий или фирм. Поэтому можно сделать вывод, что понятие «медиа» включает в себя как институциональные, так и неинституциональные формы передачи сообщения (общение в рамках социальных сетей, блогов, интернета и новых информационных сетей).

Мы солидаризируемся с позицией профессора Е.Л. Вартановой, которая отмечает, что сегодня термин «медиа» стоит раскрывать весьма широко, как:

1. Технологии передачи, систему дистрибуции и каналы, по которым происходит распространение информации; технологическую среду, наполненную содержанием (разного рода контентом), аудиторией (потребителями) и разного рода платформами и сервисами.

2. Социальное пространство, которое создается и расширяется в процессе коммуникации, а также является ее результатом. Исследователь относит сюда взаимосвязанный комплекс составляющих: экономическую и политическую среды, инфраструктуру медийного производства информации и технологический процесс, культурную и символическую системы.

3. Систему социальных институтов и общественных структур, которые действуют на благо социума, хотя это не всегда является их обязательствами перед обществом или они не всегда находятся во владении у общества.

4. Серии изменений в социальных системах в индивидуальном, национальном и глобальном пространстве⁵².

Определив, что такое «медиа» и «дискурс», можно перейти к такому явлению, как медиадискурс. В научном сообществе существуют различные способы обозначения медиадискурса, так, в трудах А.В. Сеницына⁵³,

⁵² Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 62-63.; Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. С 109.

⁵³ Сеницын А.В. Функционирование англоязычных заимствований-неологизмов в медийном дискурсе французского языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05. М.: МГЛУ, 2014. 160 с.

В.Н. Серкиной⁵⁴ используется термин «медийный дискурс», у Т.Г. Добросклонской⁵⁵ и Е.С. Абрамовой⁵⁶ – «массмедийный дискурс»; «массово-информационный дискурс» представлен в исследованиях О.В. Олянич⁵⁷; термин «масс-медиаальный дискурс» – у М.Р. Желтухиной⁵⁸, А.И. Дубских⁵⁹; в работах В.Н. Степанова⁶⁰ – «дискурс массовой коммуникации»; у П.Н. Киричека⁶¹ и Е.И. Шейгал⁶² – «дискурс масс-медиа». В рамках данного исследования мы остановимся на понятии «медиадискурс», будем его считать синонимичным вышеназванным.

Определения медиадискурса строятся преимущественно на трактовках понятия дискурс, тем не менее, стоит выделить несколько методологических подходов к его рассмотрению. Например, Т.Г. Добросклонская выделяет три подхода к определению медиадискурса: структурный, тематический и функциональный⁶³. Остановимся на каждом из них подробнее.

Функциональный подход к медиадискурсу предполагает анализ влияния речевого поведения на различные сферы общественной жизни, которые в свою очередь влияют на специфику самой речевой коммуникации. Иными словами, медиадискурс выступает с позиции данного подхода совокупностью текстов, которые функционируют в системе массовой коммуникации. Структурный подход подразумевает анализ всех элементов внутри единой системы, речевая

⁵⁴ Серкина В.Н. Прецедентные тексты в региональном медийном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Саратов: СГУ, 2014. 148 с.

⁵⁵ Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. № 13. Вып. 22. С. 181-187.

⁵⁶ Абрамова Е.С. Массмедийный дискурс: сущность и особенности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12 (42). Ч. I. С. 17-19.

⁵⁷ Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19. Волгоград: ВГУ, 2004. 602 с.

⁵⁸ Желтухина М.Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие - восприятие - интерпретация // Язык, сознание, коммуникация: сб. ст. М.: МАКС Пресс, 2003. Вып. 23. С. 38-51.

⁵⁹ Дубских А.И. Масс-медиаальный дискурс: определение, характеристики, признаки // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. 2014. № 1. С. 131-136.

⁶⁰ Степанов В.Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации: дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10. СПб.: СПбГУ, 2005. 380 с.

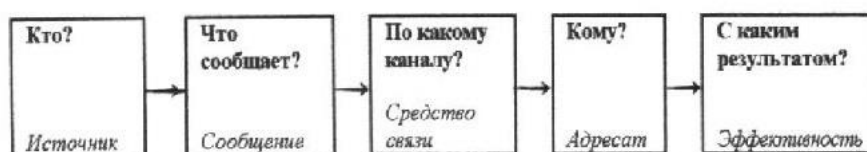
⁶¹ Киричек П.Н. Дискурс масс-медиа в периметре социального управления // Современный дискурс-анализ. 2018. № 3-2. С. 218-225.

⁶² Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.01, 10.02.19. Волгоград, 2000. 431 с.

⁶³ Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. № 13. Вып. 22. С. 181.

деятельность здесь рассматривается с позиции ее структурных составляющих, как лингвистических, так и экстралингвистических. С позиции медиадискурса на первый план выходят процессы подготовки, распространения и последующего восприятия медиасообщения. Здесь уместно вспомнить универсальную модель коммуникации Г. Лассуэла: кто сообщает? – кому сообщает? – что сообщает? – по какому каналу сообщает? – с каким эффектом? (рис. 1).

Рис. 1. Модель коммуникации Г. Лассуэла



Медиадискурс с точки зрения структурного подхода подразумевает изучение описанных выше компонентов коммуникативной деятельности: источника, сообщения, средства связи (канала), адресата, эффекта коммуникации. Наряду с этим принято рассматривать и экстралингвистические компоненты, прежде всего, контекст коммуникации, здесь можно говорить об историческом, социальном, культурно-идеологическом, политическом и иных контекстах. Именно сторонники структурного подхода, на наш взгляд, наиболее точно разграничивают понятия «текст», «медiateкст» и «дискурс», для них текст – это само сообщение, медiateкст – это синтез сообщения и канала, по которому оно передается, дискурс – это вышеназванное плюс все экстралингвистические факторы.

Тематический подход к определению медиадискурса группирует продукты устной и письменной, направленной на массовую аудиторию коммуникации вокруг определенных тем, которые имеют актуальность и социальную значимость. Например, это вопросы миграции, глобализации, экологии и т.п. Тематический подход к медиадискурсу широко представлен в работах англосаксонской школы медиаисследований.

Рассмотрим основные трактовки понятия «медиадискурс». Так, Е.А. Кожемякин дает следующее определение данному термину: «это тематически сфокусированная, социокультурно обусловленная речемыслительная деятельность в масс-медийном пространстве»⁶⁴. В уже рассмотренной нами ранее работе Т.Г. Добросклонской медиадискурс определяется как функционально-обусловленный тип дискурса, который представляет собой синтез продуктов устной и письменной коммуникации и самого процесса коммуникации с учетом всевозможных аспектов и трудностей их взаимодействия⁶⁵.

Схожую трактовку дает и М.Р. Желтухина⁶⁶, она указывает на то, что в основе медиадискурса лежит либо устный, либо письменный текст, который представляет собой заверченный по смыслу фрагмент. Исследователь акцентирует внимание на прагматических, социокультурных, психологических и иных факторах, оказывающих влияние на процесс массовой коммуникации, а также на сознание аудитории.

Н.Ф. Алефиренко предлагает следующее определение: медиадискурс – это «речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и др. факторами»⁶⁷, отметим, исследователь к речемыслительному событийному акту коммуникации относит синтез коммуникативно-прагматической ситуации, языковой формы и тиражируемых знаний, в то же время он уточняет, что коммуникатор фиксирует и различные аспекты своего внутреннего мира как языковой личности. Медиадискурс, таким образом, интерпретирует поступающую в сознание аудитории информацию, является неким смыслопорождающим и генерирующим ценности механизмом.

⁶⁴ Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 2 (83). С. 14.

⁶⁵ Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. № 13. Вып. 22. С. 182.

⁶⁶ Желтухина М.Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие - восприятие - интерпретация // Язык, сознание, коммуникация: сб. ст. М.: МАКС Пресс, 2003. Вып. 23. С. 38-51.

⁶⁷ Алефиренко Н.Ф. Когнитивно-дискурсивная парадигма языкового знака // Язык. Текст. Дискурс: научный альманах. 2009. Вып. 7. С. 10.

Представленные определения объединяет то, что наряду с массовой речевой деятельностью коммуникатора учитывается и социальное окружение, и условия коммуникации, то есть экстралингвистические факторы. Некоторые трактовки, что, на наш взгляд важно, выделяют и необходимость анализа позиции и взглядов адресата коммуникации (аудитории). Рассмотрим присущие медиадискурсу значимые характеристики, которые позволят более глубоко отразить природу медиадискурса.

К важным характеристикам медиадискурса можно отнести следующие: функционально-стилевые особенности: информативность и воздействие⁶⁸; жанровые⁶⁹; когнитивные⁷⁰; стилистические⁷¹; тематические⁷²; коммуникативные⁷³; коммуникативно-функциональные⁷⁴ особенности.

Функционально-стилевые особенности представлены, например, в исследованиях М.Р. Желтухиной⁷⁵, где в качестве основных характеристик медиадискурса предложены следующие:

- 1) групповая отнесенность (актор дискурсивной практики имеет те же ценности и мировоззрение, что и его аудитория);
- 2) публичность (медиадискурс подразумевает наличие массовой аудитории);
- 3) диссенсная ориентированность (наличие дискуссии, критики, анализа, несогласия с иными позициями);
- 4) воздействующее начало и массовая направленность (целенаправленное влияние одномоментно на разные аудиторные группы).

⁶⁸ Наер В.Л. Прагматический аспект английского газетного текста // Коммуникативные и прагматические особенности текстов разных жанров: Сб. науч. тр. М., 1981. С. 108.

⁶⁹ Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19. М.: Ин-т языкознания РАН, 2003. 90 с.

⁷⁰ Ученова В.В. Гносеологические проблемы публицистики. М.: МГУ, 1971. 157 с.

⁷¹ Кожина М.Н. Стилистика русского языка. М.: Просвещение, 1983. 223 с.

⁷² Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.

⁷³ Halliday M.A. K. Explorations in the Functions of Language. L.: Edward Arnold, 1973. 143 p.

⁷⁴ Гвенцадзе М.А. Прагматические аспекты классификации и структурирования текстов: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Тбилиси, 1986. 49 с.

⁷⁵ Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. М.: ИЯ РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУП, 2003. 654 с.

Но в рамках данной работы представляется целесообразным детальнее остановиться на жанровых, стилистических, тематических, коммуникативно-функциональных особенностях медиадискурса. Часть из них рассмотрены, например, в работах А.А. Кибрика⁷⁶, он выделяет две базовые характеристики медиадискурса: жанровую и стилистическую. Стилистическая – находится в неразрывной связи с публицистическим стилем повествования, первая – сигнализирует о необходимости жанрового анализа текстов, составляющих медиадискурс. Схожей позиции придерживаются и представители орловской школы медиаисследований⁷⁷, они последовательно доказывают, что медиадискурс имеет центр и периферию. В центре размещены прототипные, устойчивые жанры, а на периферии – маргинальные, которые синкретичны по своей природе, находятся на стыке разных типов дискурса. Здесь обозначена такая важная характеристика медиадискурса, как опосредованность, что вызвано временной и пространственной удаленностью коммуникатора и адресата.

В рамках нашего диссертационного исследования подобный подход может представлять определенный интерес с позиции выявления жанрово-стилистических особенностей медиатекстов, репрезентирующих ценности семьи. Но наибольшую прагматическую значимость для данной диссертационной работы, на наш взгляд, имеют труды Т.Г. Добросклонской⁷⁸, исследователь предлагает учитывать следующие составляющие медиадискурса:

- тематическую характеристику;
- форму создания и воспроизведения текста;
- канал тиражирования текста;
- жанрово-прагматический тип текста;
- способ создания текста.

⁷⁶ Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19. М.: Ин-т языкознания РАН, 2003. 90 с.

⁷⁷ Медиатекст: стратегии – функции – стиль: коллективная монография / Л.И. Гришаева, А.Г. Пастухов, Т.В. Чернышова (отв. ред.). Орел: Орловский государственный институт искусств и культуры, полиграфическая фирма «Горизонт», 2010. С. 24.

⁷⁸ Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. № 13. Вып. 22. С. 183.

Упоминание тематической характеристики медиадискурса позволяет говорить о правомерности выделения фамилистического медиадискурса в отдельную категорию исследования, а жанрово-прагматический тип текста и способ создания текста – систематизировать приемы и технологии рецепции семейных ценностей в медиа.

Таким образом, обобщая вышесказанное, в рамках данного исследования под медиадискурсом будет пониматься особый тип дискурса, который ориентирован на широкую, массовую аудиторию и объединяет в себе устные или письменные сообщения, передающиеся опосредованно через канал коммуникации и учитывающие экстралингвистические факторы как канала коммуникации, так и адресатов, среди которых психологические, социокультурные, функциональные и иные параметры.

Что касается методологии исследования медиадискурса, современные гуманитарные науки предлагают целый перечень методов для его изучения: это и комплекс методов лингвистического анализа, контент-анализ, дискурсивный анализ, методы критической лингвистики, когнитивный анализ, лингвокультурологический анализ, методы медиалингвистики. Сочетание указанных методов позволяет получить наиболее полное представление о специфике такого явления, как медиадискурс.

1.1.3. Типология медиадискурса

Выделение отдельных категорий медиадискурса невозможно без разработки параметров типологизации медиадискурса, это является актуальной исследовательской проблемой. На сегодняшний день вышло несколько научных статей, посвященных обозначенному вопросу. Отметим труды Л.Р. Горбакавы, Е.О. Менджерицкой, Н.Н. Оломской, Л.Б. Темниковой, О.В. Ширяевой⁷⁹. Большинство предложенных типологий схожи с типологией

⁷⁹ Горбакава Л.Р. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // International journal of advanced studies in language and communication 2022. №1. С. 63-70; Менджерицкая Е.О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 50-55; Оломская Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса // Научный диалог. 2013. № 5(17). С. 250-259; Темникова Л.Б. К вопросу о типологии медиадискурса // Научный журнал Кубанского

текста, возможно, это связано с тем, что лингвистический подход к определению медиадискурса, остается весьма авторитетным в современном научном сообществе. Текст, безусловно, является структурным элементом медиадискурса, в нем аккумулируются основные аспекты дискурсивных практик, поэтому можно говорить о состоятельности подобных взглядов на критерии типологизации медиадискурса.

Обозначим основные параметры типологизации медиадискурса, которые нашли отражение в работах как зарубежных, так и отечественных исследователей: тип знания, количество участников коммуникации, способ получения знания, грамматическая структура, социальные параметры участников дискурса и их географическое положение, этническая или культурная принадлежность коммуникантов, предметная или тематическая область знания, целевая аудитория, цель общения, ролевые отношения коммуникантов, способ производства, форма представления, жанрово-функциональные особенности медиапространства, способ предоставления информации и другие. Таблица 1 наглядно иллюстрирует многообразие подходов к типологизации медиадискурса.

Табл. 1. Параметры типологизации медиадискурса

параметры типологизации	типы медиадискурса	пояснения
тип знания ⁸⁰	первичный	Авторские произведения: репортажи, интервью, корреспонденции, очерки и т.п.
	вторичный	Медиапродукты, предметом которых является анализ или переосмысление авторских произведений: рецензия, аннотация, реферат, фанфик
количество участников медиакоммуникации	монологичный	Блоги-дневники в социальных сетях, особенно те, у которых включена опция отсутствия комментариев

государственного аграрного университета. 2016. № 119 (05). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2016/05/pdf/69.pdf>. Дата обращения: 08.08.2023; Ширяева О.В. Лингвопрагматический аспект типологии медиадискурса // Научная жизнь Кавказа. 2012. № 1. С. 21-31.

⁸⁰ Хомутова Т.Н. Типология дискурса: интегральный подход // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2014. № 2. Т. 11. С. 14-20.

	диалогичный	Аудиоподкасты с двумя участниками или классические интервью
	полилогичный	Ток-шоу, беседы, круглые столы
способ получения знания	научный (научно-технический, естественно-научный и гуманитарный)	Компьютерный, экологический, медицинский, искусствоведческий, экономический, исторический и др.
	ненаучный	Псевдонаучный, эзотерический, лженаучный и др.
грамматическая структура медиадискурса	описательный	Множество текстов для описания изображения
	аналитический	Совокупность средств для интерпретации событий
	нарративный	В его основе лежит повествование
	полемический	Средства для аргументации собственной позиции участников коммуникации
социальные параметры участников	гендерные	Мужской, женский
	возрастные	Подростковый, молодежный, студенческий и т.д.
	иные	Дискурс городских и сельских жителей, многодетных и бездетных и т.п.
географическое положение	локальный	Находится в непосредственной связи с ареалом распространения медиа
	региональный	
	федеральный	
	глобальный	
предметная или тематическая область знания	образовательный	Зависит от той темы, которая освещается в медиа
	миграционный	
	экологический	
	культурный и мн.др.	
этническая принадлежность коммуникантов	по языковому аспекту	Билингвальный и на языке национальных меньшинств
	по позиции проживания коммуникантов	Российский, европейский, американский и т.д.
	по национальному признаку	Китайский, русский, японский, турецкий медиадискурсы и т.п.
культурная принадлежность коммуникантов	универсальный	Свойственен и доступен представителям разных культур
	культурно-специфический	Самобытный, не всегда доступен для понимания представителей других национальностей и культур
целевая аудитория	специализированный	Сюда можно отнести отраслевые медиа и медиапродукты узкой специализации
	универсальный	Основной комплекс медиапродуктов

	научно-популярный	Данное направление медиадискурса сегодня широко представлено как традиционными, так и новыми медиа
	учебный	Представлен в системе медиаобразования
цель общения	художественный	В зависимости от целеполагания и итоговой установки коммуникантов
	информационный	
	политический	
	научный	
	публицистический и т.п.	
ролевые отношения коммуникантов ⁸¹	институциональный	Коммуникация с учетом статусно-ролевых отношений – профессиональная журналистика
	персональный	Индивидуально-личностный – гражданская журналистика
способ производства ⁸²	авторский	Схож с предыдущим вариантом типологизации
	коллективный	
канал распространения ⁸³ (в других работах технологический канал трансляции ⁸⁴ или канал реализации ⁸⁵)	дискурс печати	Традиционен для медиа
	дискурс интернета (компьютерный дискурс) ⁸⁶	Характерна мультимедийность, опосредованность, интерактивность, гипертекстуальность
	дискурс телевидения (теледискурс)	Социокультурный феномен, он имеет общие структурные черты медиадискурса, характеризуется набором собственных языковых, аудиальных и визуальных символов; теледискурсу свойственны такие качества, как опосредованность, симультанность, интерактивность, адресность
	дискурс радио (радиодискурс)	Обладает присущими только ему уникальными особенностями, так как имеются экстралингвистические аспекты, обуславливающие данный тип аудиальной коммуникации: линейность, скорость

⁸¹ Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.

⁸² Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. № 13. Вып. 22. С. 183.

⁸³ Там же.

⁸⁴ Ширяева О.В. Лингвопрагматический аспект типологии медиадискурса // Научная жизнь Кавказа. 2012. № 1. С. 21-31.

⁸⁵ Горбакава Л.Р. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // International journal of advanced studies in language and communication. 2022. №1. С. 63-70.

⁸⁶ Темникова Л.Б. К вопросу о типологии медиадискурса // Научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 119 (05). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2016/05/pdf/69.pdf>. Дата обращения: 08.08.2023.

		тиражирования информации, отсутствие визуализации, что обеспечивает работу воображения, необратимость, непрерывность
форма представления	письменный	Статьи, книги, текстовые блоги
	устный	Аудиовизуальные интервью, документальные фильмы, аудиоподкасты
	мультимедийный	Интернет-проекты, медиапродукты конвергентных медиа, некоторые блоги и т.д.
жанрово-функциональные особенности медиапространства ⁸⁷	рекламный дискурс	Предполагает реализацию сразу нескольких стратегий: с одной стороны, информирование – это сообщение аудитории фактов о товаре или услуге, тиражирование технических параметров; с другой стороны – это воздействие на аудиторию, задачей которого является формирование потребности в приобретении данного товара или услуги. В рекламный дискурс аудитория не всегда вовлечена на добровольных началах, а реакция на рекламную коммуникацию может проявляться через определенный временной период, то есть не непосредственно в момент коммуникации.
	публицистический дискурс	Имеет общественно-политическую природу, автор дискурсивной практики при помощи разнообразных стратегий пытается вызвать у аудитории определенное отношение к описываемой ситуации, заставить принять идентичную позицию. Целью публицистического дискурса можно считать достижение консенсуса, то есть главная его задача – сотрудничество коммуникатора и аудитории.
	PR-дискурс	Комплекс языковых средств, которые могут быть использованы в PR-деятельности, его отличительными чертами является

⁸⁷ Оломская Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса // Научный диалог. 2013. № 5(17). С. 250-259; Горбакава Л.Р. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // International journal of advanced studies in language and communication. 2022. №1. С. 63-70; Темникова Л.Б. К вопросу о типологии медиадискурса // Научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 119 (05). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2016/05/pdf/69.pdf>. Дата обращения: 08.08.2023.

		институциональность, преобладание информационной составляющей над оценочной, доброжелательность и рациональность. Целью PR-дискурса является установление эффективной коммуникации между организацией и общественностью, основанной на принципе полного информирования
способ предоставления информации ⁸⁸	дискурс качественных медиа	Делается акцент на том, как информация передается от коммуникатора реципиенту, а также на том, как она воспринимается последним. Обозначенные типы дискурса отличаются и способом подготовки и тиражирования информации, и способом ее восприятия аудиторией, то есть разнятся как лингвистические показатели, так и экстралингвистические
	дискурс популярных медиа (дискурс «желтой» прессы и дискурс глянца)	
	дискурс специализированных медиа (научные и научно-популярные)	
с позиции медиастилистики ⁸⁹	информационный (новостной)	Сделан акцент на синтезе информационного и публицистического начал
	развлекательный	
	публицистический	

Обозначенными основаниями типологизация медиадискурса не исчерпывается, поскольку данная категория многоплановая, и исследования вокруг ее природы продолжают производиться, возможны дополнения и уточнения вышеназванных параметров как системно-языковыми основаниями, так и коммуникативно-дискурсивными характеристиками.

Рассмотрев позиции исследователей по вопросу типологизации медиадискурса, необходимо подвести некоторые итоги. Наиболее логичными, на наш взгляд, параметрами типологизации медиадискурса стоит считать следующие:

1. канал распространения;

⁸⁸ Менджерицкая Е.О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 50-55.

⁸⁹ Клушина Н.И. Трансформация стилистических и типологических характеристик российского медиадискурса новейшего времени // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1. С. 101.

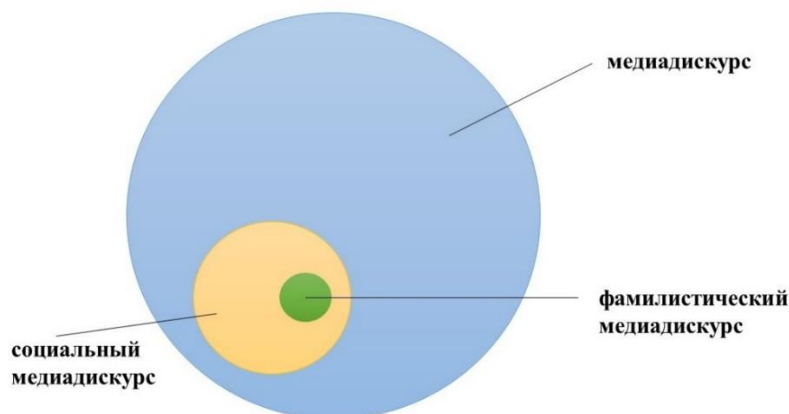
2. способ представления информации;
3. функциональные особенности или целевые установки;
4. аудиторные признаки (возрастной, социальный, гендерный, национальный, этнический и иные);
5. жанр;
6. стилистические особенности;
7. предметно-тематическая область.

Отметим, что предметно-тематическая область, которая является наиболее важной сферой языковой семантики, представлена последней, это не означает, что в рамках данного исследования ее можно отнести к числу второстепенных. Напротив, именно исходя из предметно-тематического параметра будет построена наша дальнейшая работа. Здесь медиадискурсы могут быть самыми разнообразными, они зависят от той темы, которая освещается: медиадискурс на темы «семья», «образование», «миграция», «родительство», «здоровый образ жизни», «традиционные ценности», «экология», «культура», «просвещение» и мн.др. Дискурсообразующими характеристиками может обладать любая тематическая сфера, представленная в рамках массовой коммуникации. Дискурсивное пространство принято разграничивать рамками темы. Нас интересует социальная сфера, а уже в рамках нее тема семьи и семейных ценностей, для ее анализа мы будем обращаться к разным типам медиадискурса: публицистическому, рекламному, PR-дискурсу. Всем названным разновидностям медиадискурса может быть свойствен единый тематический рисунок, то есть одни и те же события представляются в рамках разных типов коммуникации.

Резюмируя, необходимо отметить, что медиадискурс в современных условиях является многогранным социокультурным конструктом, при его изучении важно учитывать психологические, функциональные и иные параметры, а многообразие типов медиадискурса позволяет детально рассматривать абсолютно диаметрально противоположные по своим характеристикам явления и процессы. В рамках данного исследования акцент будет сделан на предметно-

тематическом параметре типологизации, поэтому в следующих параграфах диссертационного исследования мы сначала проанализируем социальный медиадискурс, а затем являющийся частью социального – фамилистический медиадискурс. Отношения между обозначенными типами дискурсов проиллюстрированы рисунком 2.

Рис. 2. Соотношение понятий «медиадискурс», «социальный медиадискурс» и «фамилистический медиадискурс»



Как видно из представленного изображения, социальная тематика как предметное поле образует отдельный тип медиадискурса – социальный, о нем и пойдет речь в следующем параграфе исследования.

§ 1.2. Социальная тематика в медиадискурсе: к проблеме изучения и систематизации

Прежде чем обращаться к фамилистическому дискурсу, необходимо детально рассмотреть специфику репрезентации социальной тематики в современной журналистике, так как тема семьи относится к сфере социального. Здесь важно подчеркнуть, что семья как социальный институт находится во взаимосвязи со всеми сферами общественной жизни: с политической, экономической, социальной, духовной. Взаимовлияние с политикой проявляется в специфике осуществляемой государством нормативно-правовой поддержки института, социально-экономическая среда также оказывает воздействие на функционирование семьи: от нее зависит материальный достаток и условия для самообеспечения семьи. Духовная сфера – это передача

ценностей и норм в процессе воспитания и социализации личности, но социальный аспект института семьи является наиболее значимым, так как семья – это саморегулирующаяся система, члены семьи связаны между собой как реализуемыми функциями, так и культурой взаимодействия, разделяемыми взглядами. Человек по своей природе социален, ориентирован на коммуникацию и взаимодействие, журналистика, сама являясь социальным институтом, активно обращается к категории социального.

Социальный дискурс образуется как отдельное предметно-тематическое поле, он является погруженным в социальное пространство, в мир социума. М. Анжю представил следующее определение социального дискурса – «это дискурс, в котором продвигаются социально важные, значимые смыслы»⁹⁰.

1.2.1. Категория «социальное» в медиадискурсе

Первым шагом обращения к социальному медиадискурсу является обозначение категории «социальное». Этимологически термин происходит от латинского слова *socialis*, что означает «общий, общественный», поэтому многие исследователи считают синонимичными понятия «социальный» и «общественный».

Рис. 3. Категория «социальное» в узком и широком смыслах



На рисунке 3 показано значение термина «социальное» в широком и узком смыслах, в первом случае «социальное» является синонимом понятия «общественное», которое, в свою очередь, включает в себя все сферы жизни

⁹⁰ Angenot M. Théorie du discours social. Notions de topographie des discours et de coupure cognitives // Discours en contexte. 2006. № 1. P. 12-25.

общества. В узком же понимании, «социальное» – это самостоятельная сфера отношений в обществе, которая связана с различными человеческими проблемами: образованием, здравоохранением, социальной защитой, взаимоотношениями между разными социальными и национальными группами и др.

Вторая точка зрения, когда социальное относится к общественному, как часть к целому, представлена, например, в трудах Л.Л. Мехришвили⁹¹. Он считает, что социальное может существовать только внутри общества, где люди коммуницируют друг с другом, выстраивают отношения, без общества социальность имеет свойство угасать. Это подтверждается и другими определениями категории «социальное»: «Социальное представляет собой ориентацию на активность личности, на взаимодействие групп»⁹². Иными словами, это способность и умение личности менять жизнь в лучшую сторону, реализовывать себя, решать важные гуманитарные проблемы.

Социальная тематика традиционно широко представлена в отечественном медиадискурсе, это определено самой природой журналистики как социального института. И хотя в ряде исследований отражена позиция, что вся журналистика как вид творческой деятельности по своей природе социальна, но тем не менее, в условиях современной медиасистемы принято отделять функции журналистики социальной от журналистики традиционной.

Так, в работах И.М. Дзялошинского⁹³ представлены отличия социальной журналистики от традиционной: журналисты-традиционалисты считают своим долгом дать гражданам информацию и мнения, предоставив возможность аудитории самой принимать решения и делать выводы. Сторонники же социальной журналистики считают необходимым тиражировать зрителям/слушателям информацию, которая «им необходима для принятия

⁹¹ Мехришвили Л.Л. Социальное в системе категорий социальной политики // Вестник Самарского государственного университета. 2006. № 10/1 (50). С. 59.

⁹² Барбакова К.Г., Барбаков О.М., Гаврин А.С., Костко Н.А. Искусство управления городом: социальные эксперименты на виртуальном пространстве. Курган: Зауралье, 2005. С. 78-79.

⁹³ Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. 102 с.

решений в обществе самоуправления, и способствовать тому, чтобы читатели, зрители, слушатели становились активными участниками общественной жизни». ⁹⁴ Так, прагматический эффект выбора темы и структурирования текста принесет больше плодов как самому журналисту, так и аудитории.

Анализируя медиарынок, И.М. Дзялошинский⁹⁵ выделяет три группы СМИ. Первая – коммерческие, которые ориентированы на извлечение прибыли и освещают в основном бытовые вопросы потребительского образа жизни. Вторая – государственные, в частности региональные и местные СМИ, делают акцент на интересы и позиции органов власти. Третья группа – медиа, которые на первый план выносят свою социальную, общественную миссию, например, к последней группе относятся медиа социальной направленности.

Анализируя социальную тематику в медиа, невозможно абстрагироваться от категории социальной журналистики, природа которой подразумевает отражение и решение разнообразных проблем общества. Широкое распространение термин «социальная журналистика» получил лишь в 1990-е годы при появлении «Агентства социальной информации» (основано в 1994 году). Однако до сих пор специфика социальной журналистики, как и ее предмет, и функции окончательно не определены.

Рассмотрим мнения исследователей на природу социальной журналистики. Социальная журналистика – это направление деятельности, которая ориентирована на освещение и поиск путей решения социальных проблем и вопросов. Кроме того, социальная журналистика должна иметь своей целью развитие гражданских качеств личности, отстаивание прав человека и отражение назревших проблем в повседневной жизни⁹⁶.

Социальная проблематика требует включенности журналиста в совместный поиск решения социальных проблем вместе с аудиторией, где

⁹⁴ Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. С. 45.

⁹⁵ Дзялошинский И.М. О новом подходе к проблемам коммуникации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.dzyalosh.ru/03-08-Drugie-Materiali/O_Novom_Podchode.pdf. Дата обращения: 07.04.2023.

⁹⁶ Журавлев М.А. Социальная журналистика как направление современной журналистики // Материалы научно-практической конференции «Современные СМИ и реклама: тенденции, перспективы развития». Луганск: Книта, 2019. С.25-29.

каждый – активный участник, а не объект, это и определяет основные направления социальной журналистики (рис. 4).

Рис. 4. Основные направления социальной журналистики⁹⁷



«Для социальной журналистики социальная сфера выступает как специфический объект ее внимания, несущий в себе множество потенциальных предметов отображения. Превращая их в тематику публикаций, социальная журналистика создает медиаобраз социальной сферы, с помощью которого и вмешивается в реальные процессы общественной жизни, стимулируя или тормозя их развитие», – утверждает профессор Т.И. Фролова⁹⁸.

Она анализирует социальную журналистику через призму ключевой миссии данного социального института – выражения общественных интересов и решения социальных проблем, а также гуманизации медиадискурса, создания качественного журналистского продукта⁹⁹. Исследователь определяет социальную журналистику в качестве значимой сферы медиапрактики, которая имеет сформированные функции и технологии, а также собственный предмет.

Спецификой и отличительными чертами социальной журналистики можно считать:

- тематическое своеобразие, оно направлено на освещение преимущественно социальной сферы, а также проблем, с которыми сталкивается человек в своей повседневности;

⁹⁷ По: Зацепина И.А. Понятие, типы и признаки медиапроектов социальной направленности // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы всерос. науч.-метод. конф. Т. 25. Современные проблемы массовых коммуникаций. Оренбург, 2010. С. 2772–2777.

⁹⁸ Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М.: МедиаМир, 2014. С. 54.

⁹⁹ Вартанова Е.Л. Концепция модернизации и СМИ // СМИ в меняющейся России. М.: Аспект Пресс, 2010. С. 22–34.

- авторская позиция и взгляд на проблемы при отображении и оценке событий и реалий повседневной жизни, которые можно обозначить как некоторые гуманитарные ориентиры;
- определенные, своеобразные технологические процессы сбора, производства и распространения журналистской информации;
- привлечение отдельных граждан и представителей социальных общностей в процесс работы над материалом, а также в распространение информации до более широкого круга аудитории¹⁰⁰.

Сегодня по-прежнему имеют место научные споры о природе социальной журналистики. Многозначное понимание социальной журналистики возникает из-за того, что сам термин «социальная» или «социальное» пришел в журналистику из других наук об обществе.

В условиях, когда социальные проблемы стоят особенно остро, тем самым подвергая угрозе возможности развития и модернизации российского общества, когда общественные организации еще не обрели прочного капитала, – в такой период журналистика должна прийти к своей главной миссии. В таком контексте, конечно, речь идет не просто о журналистике, как виде профессионального творчества, а о социальной журналистике, наделенной особыми функциями и прерогативами. Среди них – тиражирование ценностных позитивных сообщений, которые демонстрируют возможные пути преодоления кризисных ситуаций. Особенно это актуально и своевременно в те периоды, когда и аудитория, и профессиональное сообщество стремятся к определению новых моделей функционирования журналистики¹⁰¹. Здесь социальная журналистика предлагает альтернативный, человекоцентричный взгляд на проблемы бытия, что делает ее востребованной и интересной аудитории.

Социальная журналистика реализуется не только в медиaprостранстве, поле ее действия более широко и не ограничивается так называемой социальной сферой, поскольку на сегодняшний день можно говорить о том, что она

¹⁰⁰ Фролова Т.И. Предметно-функциональные особенности социальной журналистики // Известия ИГЭА. 2014. № 2 (94). С. 150-156.

¹⁰¹ Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. 104 с.

реализует одну из наиболее важных функциональных ролей – выступает как канал информирования и социализации¹⁰².

Термин «социальная сфера» укоренился в научной литературе, в государственных документах, в профессиональной практике не только как совокупность предприятий, организаций и задействованных там людей, но и как орудие влияния на общественные коммуникации и процессы.

Обособление социальной сферы «эвристически продуктивно»¹⁰³. Подобная концепция устройства общества, во-первых, делает возможной оценку функционирования отдельной личности, семьи, иных социальных групп, а во-вторых, дает шанс обозначить связи с другими сегментами общества, определить весомость отдельного компонента социальной сферы внутри этой системы. Кроме того, стоит отметить тесную связь между социальной сферой и журналистикой в тематическом аспекте. Социальные темы и проблемы – это инфоповоды, то, что ложится в основу журналистских публикаций самых разных жанров. Также социальную сферу можно понимать как особую систему, отвечающую за исполнение материальных и духовных стремлений индивида. Здесь мы можем увидеть отсылку к журналистике, так как ее миссией является служение интересам человека, а значит, и решение его проблем или их части.

На рисунке 5 показано, какое воздействие на функционирование социальной схемы оказывают разнообразные внешние факторы, особо отметим медиафактор, который приобретает значимость в эпоху диджитализации. Здесь проявляется дуализм отношений социальной сферы и медиасреды: первая становится источником новостей для современных СМИ, но и социальная журналистика, реализуя собственный потенциал, может вносить серьезные изменения в функционирование общественной сферы.

¹⁰² Наговицина Т.А. Гуманитарная повестка СМИ пенитенциарной системы: теоретический аспект и журналистские практики // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур. Казань: Казанский фед. ун-тет, 2016. С. 163-169.

¹⁰³ Осадчая Г.И. Социология социальной сферы: Учебное пособие. М.: Академический проект, 2003. 336 с.

Рис. 5. Зависимость социальной сферы от внешних факторов



От качества присутствия в информационном поле социальной проблематики зависит и эффективность функционирования социальной журналистики. Отдельно отметим, что в последние годы имеет место тенденция расширения предметного поля данного направления. Рассмотрим взгляды ведущих исследователей на природу социальной журналистики, систематизировав их высказывания о ее сущности и основных характеристиках.

Таблица 2 построена на работах таких исследователей, как М.А. Бережная, Р.Г. Иванян, Г. Макашина, В.Ф. Олешко, Т.И. Фролова¹⁰⁴. Суммируя высказывания данных авторов, отметим, что социальная журналистика – это звено между представителями разных социальных групп, которые являются участниками одного социального процесса. То есть миссию социальной журналистики можно определить, как поиск взаимопонимания между людьми, зачастую способными потеряться в непрерывном и бурном потоке информации.

¹⁰⁴ Бережная М.А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса: дисс... д-ра филол. наук. СПб.: СПбГУ, 2009. 396 с.; Иванян Р.Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия (Россия, конец XX – начало XXI веков): дис... канд. пол. наук: 10.01.10. СПб., 2007. 291 с.; Макашина Г. Социальная журналистика как новый тип журналистской деятельности // Методические рекомендации по преподаванию спецкурса «Социальная журналистика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.infohome-altai.ru/node/436>. Дата обращения: 10.03.2022; Олешко В.Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху? // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 5. С. 113-117; Фролова Т.И. Социальная журналистика: двадцать лет спустя // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 6. С. 118-146.

Табл. 2. Взгляды исследователей на природу социальной журналистики

автор	основная мысль
М.А. Бережная	социальная журналистика – это медиаресурс социальной сферы: как профессиональная идеология она в различные общественно-политические периоды жизни страны показывала главные приоритеты в отражении социальной проблематики. Социальная журналистика здесь выступает как консолидатор конструктивных сил общества. Кроме того, исследователь отмечает, что на данном этапе развития науки «социальную журналистику» соотносят с гражданской журналистикой и рассматривают их в единстве с соответствующими творческими формами, коммуникативными и профессиональными технологиями, хотя изначально теоретическая и практическая сторона социальной журналистики рассматривалась лишь со стороны тематической специализации журналистов.
В.Ф. Олешко	социальная журналистика – это особый вид медиадеятельности, в основу которой ложится массовый, регулярный, частично упорядоченный и субъективно управляемый процесс сбора, обработки и передачи информации. Для социальной журналистики также немаловажен коммуникативный аспект: цель – не просто собрать и преподнести аудитории социально значимую информацию, а либо вызвать у нее реакцию, либо прагматически помочь ей с решением тех или иных проблем.
Т.И. Фролова	социальная журналистика, еще десятилетие назад недостаточно легитимная как теоретическая категория и дискриминируемая как контент-стратегия на практике, сегодня занимает прочное место в публичном дискурсе. Среди популярных и востребованных аудиторией тем

	выделяются экзистенциально важные проблемы, отражающие опыт повседневности в ситуации обострения глобальных вызовов. Мотивы расширения границ гуманитарной информационной повестки (как продукта социальной журналистики) на протяжении двух десятков лет различны, как разнообразны и ее тематические направления.
Р.Г.Иванян	массмедиа помогают формировать модель социальной политики в обществе. Журналистика не только освещает различные проблемы социальной сферы, но и оказывает поддержку населению – информационную, организаторскую, консультативную, а также помогает вести переговоры с властью
Г. Макашина	существуют несколько подходов к определению социальной журналистики. Первый подход связан с наличием отдельного предмета, а именно – социальных проблем в обществе; второй подход основывается на необходимости наличия специального атрибута социальной политики, которую проводит государство.

Рассмотрев различные подходы теоретиков и практиков журналистики к феномену социальной журналистики и его определению, мы можем выделить в них общие черты и предложить собственную дефиницию данного понятия.

Социальная журналистика – это область деятельности журналистов, ограниченная социальной сферой и смежными с ней вопросами, освещающая реалии повседневной жизнедеятельности человека, предусматривающая определенные технологии создания социально-журналистского продукта (в частности, гуманитарные ориентиры) и направленная на взаимодействие с аудиторией и социальными институтами.

Отметим, что все вышесказанное применимо лишь в российской академической реальности, где и в теории, и в практике журналистики термин

«социальная журналистика» уже достаточно укрепился и, несмотря на множество точек зрения на его сущность, используется исследователями и самими журналистами примерно в одинаковом контексте. Совсем иначе дела обстоят в зарубежной традиции. В англоязычных публикациях конструкт *social journalism* (от англ. социальная журналистика) также встречается, но при этом несет в себе совсем иную смысловую нагрузку¹⁰⁵. Одна из точек зрения базируется на восприятии *social journalism* как комбинации профессиональной и гражданской журналистики¹⁰⁶. Под другим углом зрения *social journalism* соотносится с *social media*, которые, в свою очередь, на русский язык переводятся как «социальные сети». Таким образом, социальная журналистика в англоязычных источниках нередко связывается с журналистикой, функционирующей на базе соцсетей. В нашем понимании, сюда, например, можно отнести группы «ВКонтакте» традиционных или сетевых СМИ, где также публикуются новости и аналитические материалы.

Как мы видим, трактовки социальной журналистики у отечественных и зарубежных исследователей не совпадают. Здесь важно отметить, что такая разность связана более с терминологическими установками, нежели с явным различием журналистских концепций. Конечно, социальные проблемы освещаются и в других странах. Так, например, британский исследователь Д. Хоувит занимался изучением отношений между медиа и обществом. Одним из результатов его изысканий можно назвать вывод о том, что журналистика выполняет роль некоего «обеспечителя социального благосостояния» и защищает тех, кто в этом нуждается. Пишет он и о взаимосвязи журналистики и благотворительности, о необходимости и даже неизбежности их взаимодействия¹⁰⁷. По сути, и в отечественной, и в зарубежной традициях социальность заложена в отношения «журналистика – общество»: это

¹⁰⁵ Корконосенко С.Г. Социальность журналистики и медиа: методологические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 3. С. 417-430.

¹⁰⁶ What does social journalism mean? // Definitions.net [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.definitions.net/definition/social+journalism>. Дата обращения: 12.02.2023.

¹⁰⁷ Howitt D. The mass media and social problems. UK: Pergamon Press, 1986. 163 p.

природное свойство медиа, которое полностью раскрывается именно в контексте этих двунаправленных отношений.

Присутствие социальной проблематики в медиаповестке очень важно, однако нельзя сделать вывод, что в современном информационном поле эти темы являются доминирующими. Одной из причин такого положения дел можно считать короткую историю социальной журналистики – она появилась в России лишь в 90-е годы прошлого века. Второй причиной можно считать преобладание политических и экономических вопросов, которые традиционно выдвигаются на первый план. Несмотря на это, активность СМИ растет в области собственных социальных или благотворительных проектов. Такая практика способствует выполнению важной функции социальной журналистики – сохранению стабильности отношений в обществе.

Снижение гуманистического потенциала журналистики В.М. Горохов и Т.Э. Гринберг¹⁰⁸ также связывают с тем, что медиа транслируют преимущественно те сведения, которые находят поддержку и соответствуют интересам финансовой элиты и элиты политической. Таким образом, СМИ распространяют то, что не ведет потребителей информации к «возвышению духовных ценностей» и не несет в себе человеческие ценности: совесть, уважение, добро и т.д. Схожую тенденцию отмечает и В.Л. Иваницкий¹⁰⁹, по его мнению, функция общественного служения в журналистике сошла на нет, потеряв понимание реальных нужд граждан.

Обозначив основные подходы к определению социального в медиа, посмотрев, что является сущностью, прежде всего, отечественного социального медиадискурса, необходимо перейти к обозначению конкретных проблем данного направления журналистской практики. Чтобы проблема стала предметом общественного беспокойства, ей нужно приобрести необходимую степень актуализации, дающую право быть рассматриваемой на массовых

¹⁰⁸ Горохов В.М., Гринберг Т.Э. Гуманизация массовых информационных процессов в рамках открытого общества // Вестник Московского университета. 2003. № 4. С. 22-27.

¹⁰⁹ Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. 360 с.

площадках коммуникации. Так, если представители общественности проявили значимость проблемы и привлекли внимание к необходимости ее разрешения, – к этой деятельности подключаются власти, формируют «официальный план действий» и необходимый арсенал средств. Выявим проблемное поле социального медиадискурса, чтобы обозначить, какое место среди них занимают вопросы института семьи и семейные ценности.

1.2.1. Проблемное поле социального медиадискурса

Под термином «социальная проблема» мы понимаем весь спектр противоречий, существующих в социальной сфере. Эти проблемы не только имеют место быть в области публичных взаимоотношений, но и признаются большинством ее участников, то есть социумом. Здесь сосредоточены условия и механизмы, которые помогают сохранить стабильность и гармонию в обществе.

Предметный потенциал социальной сферы в СМИ значителен. Рассмотрим некоторые компоненты:

- отдельные отрасли социальной сферы с их постоянно трансформирующейся релевантной проблематикой;
- общественная экспертиза новых решений;
- интересы и потребности различных групп людей: социальных, национальных, демографических, профессиональных и др.;
- многообразная проблематика отдельно взятого индивида;
- разнообразные факты, явления, события, ситуации, процессы, дающие представление о текущем состоянии общества и его членов.

Все социальные проблемы, которые поднимаются сегодня в современных медиа, можно условно разделить на несколько категорий:

1. Социально незащищенные слои населения: безработные люди (в том числе и бездомные), пенсионеры, мигранты, инвалиды, неполные или многодетные семьи, дети (в том числе дети-сироты) и др.

2. Здравоохранение и проблемы, связанные со здоровьем: хронические и неизлечимые заболевания (ВИЧ, онкология, инвалидность и т.п.), зависимости (алкоголизм, наркомания), пандемии.

3. Кризисные ситуации: домашнее, физическое, сексуализированное и психологическое насилие, политические преследования, заключенные.

4. Работа «третьего сектора»: благотворительность, работа НКО в социальной сфере и их взаимодействие с властью, социальная работа и помощь.

5. Проблема экологии и бережного отношения к животным.

6. Проблема сохранения культурного наследия и истории.

Дискуссионные материалы появляются в медиа для того, чтобы впоследствии показать решение проблемных ситуаций¹¹⁰. По этой причине журналистам важно:

1) оперативно и достоверно сообщать аудитории о процессах, происходящих в социальной сфере, в том числе, обращать внимание на новые аспекты социальной проблематики;

2) в условиях меняющихся реалий оказывать помощь в адаптации в новых условиях;

3) выступать в качестве общественного эксперта, подвергая качественному анализу нормативно-правовые решения, принятые в рамках осуществления социальной политики;

4) представлять интересы разных социальных групп, сохранять общественное равновесие;

5) выступать с сообщениями, несущими нравственную оценку явлениям или событиям.

Т.И. Фролова¹¹¹ представила, на наш взгляд, наиболее полную социально-гуманитарную проблематику, которая используется журналистами в создании медиапродуктов социальной направленности (табл. 3).

¹¹⁰ Проблематика периодической печати: учеб. пособие / Под ред. Г.С. Вычуб, Т.И. Фроловой. М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2008. 112 с.

¹¹¹ Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. – М.: МедиаМир, 2014. С. 37-47.

Табл. 3. Составляющие социально-гуманитарной проблематики

Отрасли социальной сферы	Труд	Доходы	Социальная инфраструктура	Социальная защита	Категории населения	Экология
образование	условия	жизненный уровень	жилье	жизнь нетрудоспособных	пожилые	состояние флоры и фауны
медицина	оплата	потребительская корзина	транспорт	жизнь малоимущих, попавших в трудные ситуации	инвалиды	экологическая культура населения
наука	охрана	благополучие	дороги		молодежь	
культура	страхование	финансово-экономическая грамотность	связь		дети	
	занятость		торговля		семья	
			бытовое обслуживание		мигранты	
					беженцы	

Для нашего дальнейшего исследования является важным, что семья выделяется в отдельную категорию составляющих социально-гуманитарной проблематики.

Представляет интерес и подход Е.Ю. Юдиной¹¹², которая предлагает классификацию социальных проблем, состоящую из нескольких так называемых тематических блоков. В каждом из них человек рассматривается в контексте его отношений с теми или иными социальными структурами. Здесь основными векторами являются положение человека в обществе, его отношения с социальными институтами и государством, ценностные ориентиры и морально-нравственные постулаты личности, вовлеченность в природоохранную деятельность, вопросы здравоохранения и популяризации здорового образа жизни. Среди обозначенного перечня наибольший интерес для нас представляет тематический блок, связанный с формированием ценностных ориентиров личности, поскольку именно семья как социальный институт отвечает за первичную социализацию и становление морально-нравственных ориентиров.

¹¹² Юдина Е.Ю. Жанрово-тематические особенности подачи социальных материалов в интернет-изданиях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. №1 (15). С.41-47.

Предложим аккумулирующий вариант тематического спектра социальной журналистики:

1. Проблемы незащищенных слоев населения (люди с ограниченными возможностями здоровья; мигранты и беженцы; люди, достигшие пенсионного возраста; безработные; выпускники детских домов и интернатных учреждений; малоимущие и т.п.).

2. Сфера социально-экономических отношений (социальное страхование, начисление пенсий и пособий, вопросы охраны труда и т.д.).

3. Влияние политики на социальную сферу и отдельных индивидов.

4. Вопросы системы здравоохранения (доступ к бесплатной медицине, регулярная диспансеризация, популяризация ЗОЖ, сохранение экологии, рост качества медицинского обслуживания и др.).

5. Проблемы молодежи (вопросы молодежной политики; качество образования; решение проблем подростковой преступности и зависимостей, программы личностного роста и т.д.).

6. Семейная проблематика (снижение числа разводов, проблемы домашнего насилия, профилактика социального сиротства, популяризация ответственного родительства и пр.).

7. Функционирование некоммерческого сектора (поддержка общественных НКО, участие в волонтерской деятельности, добровольчество).

8. Сохранение традиционных ценностей (морально-нравственное воспитание детей и молодежи, вопросы исторической памяти и национальной идентичности и мн.др.).

9. Благотворительность.

Социальная журналистика охватывает, действительно, обширный круг тем. Логично высказать предположение, что в разных изданиях социальная тематика репрезентуется по собственной модели, соответствующей этому изданию и его направленности, а значит темы присутствуют в повестке выборочно.

Перейдем к прагматическому аспекту функционирования социальной журналистики, обозначив те роли и задачи, которые она реализует. Характеризуя

социальную журналистику через ее функции, мы можем выделить целый спектр задач, которые она выполняет.

С точки зрения И.А. Зацепиной, социальная журналистика отвечает за следующий функционал:

1. Организация помощи нуждающимся и находящимся в сложных жизненных ситуациях путем информирования общественности об имеющейся проблеме, сбор средств и мобилизация волонтеров – организационная и информационная поддержка.

2. Смягчение нравов современников, изменение общественных настроений через трансляцию примеров благотворительности, милосердия, поддержки¹¹³.

И.М. Дзялошинский в качестве основной функции журналистики соучастия выделяет роль «модератора диалога». В этом случае журналисты должны рассматривать аудиторию не как пассивных наблюдателей или жертв обстоятельств, а как участников решения важных вопросов. Причем решать проблему он предлагает «на позициях разумного и прагматического публичного диалога»¹¹⁴.

Представляет интерес и подход к социальным функциям медиа профессора Т.И. Фроловой, она выделяет следующие¹¹⁵:

- способствовать ориентации индивидов в постоянно изменяющемся социуме;
- поддерживать равновесие интересов между разными социальными группами;
- принимать участие в формировании социальной политики, влиять на модернизацию социальных институтов;

¹¹³ Зацепина И.А. Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч. Метод. конф. Т. 25. Современ. проблемы массовых коммуникаций. Оренбург, 2010. С. 2776.

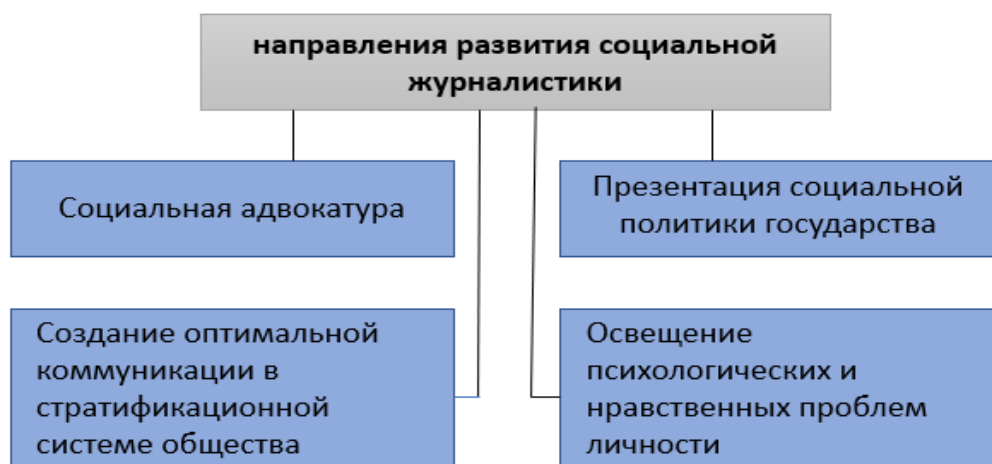
¹¹⁴ Дзялошинский И.М. О новом подходе к проблемам коммуникации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.dzyalosh.ru/03-08-Drugie-Materiali/O_Novom_Podchode.pdf. Дата обращения: 07.04.2023.

¹¹⁵ Фролова Т.И. Предметно-функциональные особенности социальной журналистики // Известия ИГЭА. 2014. № 2 (94). С. 150-156.

- вовлекать в инфообмен широкую аудиторию, помогать тем, кто попал в сложную ситуацию, давать нравственную оценку событиям;
- отображать в СМИ социальные проблемы, показывать их неразрывную связь с изменениями, происходящими в иных сферах общественной жизни;
- давать новые оценки и взгляды на типичные проблемные ситуации, открывать новые темы и не допускать их замалчивания.

Исследователь Т.С. Бородина в своей работе¹¹⁶ рассматривает социальную журналистику как отдельную сферу деятельности массмедиа, выделяя следующие направления развития (рис. 6).

Рис. 6. Направления развития социальной журналистики



Наиболее перспективным, на наш взгляд, направлением развития социальной журналистики, предложенной Т.С. Бородиной, можно считать социальную адвокатуру, которая представляет собой отстаивание интересов как личности, так и отдельных социальных групп, находящихся в сложной ситуации.

Среди социальных функций медиа Л.П. Громова¹¹⁷ отмечает благотворительность. Развитие традиций благотворительности датировано в российской журналистике XVIII веком, в то время издатели стремились оказывать поддержку небогатым читателям, снижая им плату за подписку на

¹¹⁶ Бородина Т.С. Журналистика как социальный бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://vernsky.ru/pubs/5735/Zhurnalistika_kak_sotsialnyy_biznes. Дата обращения: 09.04.2023.

¹¹⁷ Громова Л.П. Благотворительность как социальная функция СМИ // Социальная журналистика как общественная деятельность: опыт и научные исследования в России, США и странах Северной Европы (17-18 марта 2014 г.). СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2014. С. 22-25.

издания, также материально поддерживали авторов. И в наше время медиа все чаще участвуют в сборе средств нуждающимся и приобщают общество к добровольчеству и волонтерству. Таким образом, при решении социальных проблем сегодня медиа не просто привлекают аудиторию, но и оказывают определенное влияние на развитие современного общества.

Комплекс задач, которые решают медиа в условиях современной медиасистемы, позволяет говорить, что социальная журналистика – это журналистика соучастия, она не только называет злободневную общественную проблему, но и подталкивает аудиторию к ее решению, предлагая различные инструменты и алгоритмы.

Поэтому при освещении социальной тематики журналистам важно корректировать модели текстов под разные аудитории, предлагать потребителям информации доступный ассоциативный ряд и понятный для них язык, учитывать специфику конкретного СМИ, таким образом и происходит формирование качественного социального медиадискурса.

Обобщая взгляды исследователей, можно говорить о том, что при освещении социальных проблем наметился поворот к теме человека, на первый план выходит гуманистическая концепция. Современные медиа дают обществу возможность участвовать в решении острых социальных проблем через диалог, через обратную связь. Одним из значимых вопросов сегодня можно считать сохранение традиционного института семьи, семейных ценностей; о специфике фамилистического медиадискурса речь пойдет в следующем параграфе исследования.

§ 1.3. Фамилистический медиадискурс в структуре социального:

от онтологии к аксиологии

Как показал анализ проблемного поля социального медиадискурса в предыдущем параграфе, перед журналистским сообществом стоит задача освещать множество актуальных, социально значимых тем, без упоминания которых нельзя говорить о гуманизации современных медиа. Одной из таких

проблем, как уже было упомянуто выше, являются проблемы института семьи, в том числе сохранение исторической памяти, передача ценностей и традиций, защита материнства и детства.

Семья, выступая в качестве основного социального института, должна присутствовать в медиапространстве, особенно сегодня, когда она столкнулась с рядом проблем и трудностей, которые требуют вдумчивого и рационального подхода для их разрешения, это кризисные семейные ситуации: домашнее насилие, лишение родительских прав, разводы.

В научном сообществе имеют место дискуссии о состоянии и трансформации института семьи; изменения обозначенного социального базиса, действительно, видны. Представители социологической мысли называют такие трансформации значительными, причем в ряде работ¹¹⁸ встречается точка зрения, что данный социальный институт находится в состоянии регрессии, последовательного разрушения, однако, выдвигается и иная версия¹¹⁹: семья переживает не упадок, а ключевые изменения – политические, экономические, общественные реформы привели к образованию обновленного института, где на первый план выступают не патриархальные ценности, а диалоговость, сотоварищество, равенство, в то время, как базовые ценностные установки и функционал остаются прежними.

В рамках данного параграфа рассмотрим фамилистический медиадискурс как часть социального медиадискурса, обозначим предпосылки и условия его выделения в отдельную категорию анализа.

1.3.1. Фамилистический медиадискурс: онтологические основы выделения и анализа

Проблемы и ценности института семьи долгое время изучались в рамках одной из отраслей социологического знания – социологии семьи. В процессе

¹¹⁸ Борисов В.А. Депопуляция в России: причины и следствия, пути преодоления // Демографические процессы и семейная политика: региональные проблемы: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. С. 72-79; Социология семьи / Под ред. А.И. Антонова. М.: Инфра-М, 2007. 640 с.

¹¹⁹ Вишневский А.Г. Эволюция российской семьи // Экология и жизнь. 2008. № 8. С. 8-13.

развития социологической науки в конце 1960-х – начале 1970-х годов активно развивалось междисциплинарное направление, впоследствии получившее название фамилистика, или фамилизм. Отметим, что его междисциплинарность была обусловлена тем, что для изучения такого сложного социального образования, как семья, был необходим потенциал сразу нескольких научных отраслей: юриспруденции, экономики, психологии, этнографии, медицины, психологии и т.д. Фамилизм позволил рассматривать институт семьи через призму социокультурных норм и ценностей, социально-психологических процессов в семье, репродуктивного здоровья семьи, имущественных прав и экономического уклада.

Термин «фамилизм» имеет латинские корни: *familia* – семья; в рамках данного направления семья рассматривается как исторически сложившаяся, стабильная, объединенная преимущественно кровным родством (иногда отношениями опеки и попечительства) и браком группа людей, проживающих на одной территории, имеющих общие ценности и традиции, реализующих ряд важных функций. Фамилистическая концепция рассматривает семью как базовый, основной элемент общества.

В работах советских социологов М.С. Мацковского, А.Г. Харчева¹²⁰ можно было встретить термин «фамилистика», так они обозначали сферу научного знания о семье и параметрах и функциях данного социального института. В справочной литературе также представлен термин «фамилистика»¹²¹, так обозначается научная область знания, задачами которой является анализ проблем семьи в разных сферах жизнедеятельности.

В работах А.И. Антонова¹²² чаще встречается термин «фамилизм», в рамках данного направления, считает исследователь, необходимо развивать и укреплять институт семьи, который является основной ценностью. В более

¹²⁰ Мацковский М.С. Социология семьи: Проблемы теории, методологии и методики. М.: Наука, 1989. 112 с.; Харчев А.Г. Социология семьи: проблемы становления науки. М.: Центр соц. прогнозирования, 2003. 339 с.

¹²¹ Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000. С. 985.

¹²² Антонов А.И. Микросоциология семьи (методология структур и процессов): учеб. пособие для вузов. М.: Nota Bene, 1998. С. 35.

предметной трактовке фамелизм определяется как совокупность установок и ценностных ориентиров на семью и брак как необходимые формы жизнеустройства. И общество в целом, и социальные институты показывают индивидам необходимость создавать семью, это должно прививаться личности в процессе взросления и социализации; приоритет семейных ценностей обязан быть основой демографической политики государства¹²³.

Как показывают проанализированные определения, фамелизмом иногда называют всю систему научных знаний о семье. Однако наиболее логичными, на наш взгляд, являются более узкие трактовки. Например, в исследованиях С.Ю. Девярых¹²⁴ фамелизм предстает как некая система взглядов, убеждений личности, для которой ценность семьи является значимой жизненной парадигмой, поэтому она [личность] реализует свою фамелистическую ориентированность в определенный период жизни как необходимую социальную цель. То есть здесь фамелизм рассматривается в качестве индивидуальной системы ценностей. Организовать свою жизнь с позиции главенства родственно-семейного принципа – это ведущая цель индивида, на второй план уходят материальные ценности, профессиональный рост и иное, так как это детища индивидуализма. Существует и третий подход к определению данного явления, здесь фамелизм выступает как принятая обществом система ценностных ориентиров, где абсолютной, наивысшей ценностью являются брак, семья и родительство.

В рамках данного диссертационного исследования мы будем придерживаться позиции, что **фамелизм – это система индивидуальных и общественных ценностей**. Следовательно, сделаем вывод, что **в рамках фамелистической парадигмы на первый план выступают ценности семьи, брака, родительства, родства как основополагающие, базовые для любой**

¹²³ Антонов А.И. Демографические процессы в России XXI в. М: ИД «Грааль», 2002. С. 3.

¹²⁴ Девярых С.Ю. Фамелизм как интегральное личностное образование // Сборник конференций НИЦ Социосфера. 2011. № 43. С. 16-19.

личности, но также и для государства, и для социальных общностей и групп.

Институт семьи важно рассматривать, на наш взгляд, во-первых, с точки зрения исторического и социокультурного аспектов, а, во-вторых, важен и культурно-ценностный подход, особенно это касается вопросов внутрисемейной коммуникации, обычаев, традиций. В ряде гуманитарных наук: юриспруденции, социологии – все еще сильны позиции институционального подхода, где наиболее значимыми проблемами считают вопросы структурной организации данного института, прав и обязанностей членов семьи, функции семьи, связи семьи и других институциональных сфер. Поднимаемые темы также требуют анализа, но в нашем представлении они должны решаться с учетом культурно-исторических и социокультурных процессов, поскольку те проблемы, с которыми сталкивается современная семья, непродуктивно решать вне культурно-ценностного подхода, а это нас вновь сближает с фамилистической парадигмой, которая объясняет, в чем смысл детерминации семейно-ролевого поведения индивидов, какие традиционные процессы лежат внутри разделяемых ими семейных ценностей.

Безусловно, в отечественной и зарубежной социологической и философской мысли можно обозначить исследователей, которые были прародителями фамилистической концепции. Здесь уместно выделить школу альтернативной социологии, которая была представлена такими фамилиями, как Ф. Ле-Пле, Р. Нисбет, К. Циммерман¹²⁵. Позднее их деятельность продолжили такие исследователи, как Б. Бергер, А. Карлсон, Д. Попеное¹²⁶. Среди отечественных исследователей необходимо выделить А.И. Антонова,

¹²⁵ Nisbet R. The social philosophers: community and conflict in Western thought. New York: Crowell, 1983. 466 p.; Ле-Пле Ф. Основная конституция человеческого рода: идеи, нравы и учреждения благоденствующих народов: перевод с французского. М.: URSS: Либроком, 2011. 235 с.; Zimmermann K.F. Familienökonomie: Theoretische und empirische Untersuchungen zur Frauenerwerbstätigkeit und Geburtenentwicklung. Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1985. 424 p.

¹²⁶ Попеное Д. Упадок американской семьи (1960–1990): обзор и оценка // Вестник Московского университета, Сер. 18. Социология и политология. 1996. № 3. С. 65-73; Карлсон А. Общество - семья - личность: социальный кризис Америки: Амер. шк. альтернатив. социологии. М.: Грааль, 2003. 284 с.; Бергер П.Л. Социальное конструирование реальности: Трактат по социол. знания. М: Моск. филос. фонд, 1995. 322 с.

А.Ю. Березовую, А.Г. Вишневого, О.И. Волжину, С.И. Голода, С.В. Дармодехина, М.С. Мацковского, В.М. Медкова, А.Б. Синельникова, А.Г. Харчева, Ж.В. Чернову и др.¹²⁷

Фамилистическая парадигма не является однородной: в рамках данного направления сформировались и успешно функционируют всевозможные научные школы, которые по-разному подходят к интерпретации социальных внутрисемейных ролей и практик, будущему институту семьи. За более чем полувековую историю развития фамилизма уже невозможно научно осмыслить те процессы, что происходят с институтом семьи в России, без анализа работ представителей данного направления. Поскольку характерным для фамилизма выступает понимание того, что семья как социальный институт является основой развития мира социального, остальное имеет роли сопутствующего и второстепенного, важно посмотреть, как представители рассматриваемого направления видят настоящее и будущее института семьи.

И здесь нужно отметить, что существуют разные точки зрения на данный аспект проблемы. Некоторые исследователи заявляют¹²⁸, что у молодого поколения доминируют личностные амбиции, что ослабляет стремление завести семью и стать родителями, отсюда берет начало упадок семьи, так как индивидуальные блага и ценности разрушают общие и коллективные, то есть семейные ценности заменяются внесемейными.

С заявлением о кризисе анализируемого социального института выступал еще в самом начале XX века известный социолог П.А. Сорокин¹²⁹. Многие его

¹²⁷ Социология семьи / Под ред. А.И. Антонова. М.: Инфра-М, 2007. 640 с.; Антонов А.И., Медков В.М. Социология семьи. М.: Изд-во МГУ, 1996. 386 с.; Голод С.И. Современная семья: плюрализм моделей // Социологический журнал. 1996. № 3-4. С. 99-108; Мацковский М.С. Социология семьи: Проблемы теории, методологии и методики. М.: Наука, 1989. 112 с.; Харчев А.Г. Социология семьи: проблемы становления науки. М.: Центр социал. прогнозирования, 2003. 339 с.; Дармодехин С.В. Семья в системе социальных отношений современного общества. М.: ФГНУ «Ин-т семьи и воспитания» РАО, 2014. 183 с.; Волжина О.И. Семья как социокультурная ценность: автореферат дис. ... докт. социол. наук: 22.00.04. М., 2002. 40 с.; Березовая А.Ю. Фамилизм как система ценностей российской семьи: региональный аспект: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.06. Волгоград: ВГМУ, 2017. 26 с.; Синельников А.Б. Семья и брак: кризис или модернизация? // Социологический журнал. 2018. № 1. Т. 24. С. 95-113; Вишневский А.Г. Эволюция российской семьи // Экология и жизнь. 2008. № 8. С. 8-13; Чернова Ж.В. Репрезентации отцовства: социологический анализ блогов // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2018. №15. Т. 10. С. 6-23.

¹²⁸ Вишневский А.Г. Эволюция российской семьи // Экология и жизнь. 2008. № 8. С. 8-13.

¹²⁹ Сорокин П.А. Кризис современной семьи // Ежемесячный журнал. 1916. № 2. С. 174-189.

постулаты были впоследствии приняты фамилистами и адаптированы уже под современные реалии. Например, он писал, что последствиями процессов урбанизации и индустриализации стали изменения функций семьи, например, традиционная для семьи функция воспитания подрастающего поколения теперь возлагается на институты образования, как дошкольного, так и школьного. Подобная трансформация прагматических задач со временем может способствовать падению авторитета института семьи.

Многие взгляды П. Сорокина были переосмыслены в трудах представителя московской школы социологии А.И. Антонова¹³⁰; он также считал, что упадок и кризис семьи начинается с деформации базовых функций данного института. Впоследствии это приводит к изменению ценностных установок не только внутри семьи, но и в обществе в целом. Негативных последствий здесь проявляется достаточно: рост числа бракоразводных процессов, идеология чайлдфри (бездетности) и малодетности, «контрацептивная революция», последовательная полигамия и мн.др. Любые трансформации прагматического начала института семьи способствуют тому, что другие социальные институты вынуждены взять на себя некоторые функции семьи, в этих условиях и происходит снижение потребности в брачном союзе, значимость семьи падает, что негативным образом влияет на демографические показатели общества.

Признаки изменений института семьи отмечает и А.Б. Синельников¹³¹, он рассматривает процессы, которые затронули брак и семью на современном этапе, и задается вопросом: упадок ли это или модернизация. Изучая социально-демографические и ценностные характеристики людей, оказавшихся в отношениях сожительства, а не брака, исследователь делает вывод именно об упадке, то есть кризисе института семьи, и как следствие, о проблемах с демографическими показателями.

¹³⁰ Антонов А.И. Депопуляция и кризис семьи в постсоветской России: кто виноват и что делать? // Вестник МГУ. Сер. Социология и политология. 1995. № 2. С. 75-84.

¹³¹ Синельников А.Б. Семья и брак: кризис или модернизация? // Социологический журнал. 2018. № 1. Т. 24. С. 95-113.

И здесь важно пояснить, что определенный регресс в сфере демографии присутствует: кризис 1990-х годов был назван «демографической ямой», впоследствии при грамотной социальной политике, включающей меры повышения рождаемости (материнский капитал, пособия и субсидии, меры поддержки многодетных семей) и предотвращения ранней смертности (перевозные диагностические центры для удаленных районов, увеличение числа региональных перинатальных центров, обеспечение регулярной диспансеризации), наметилось выправление ситуации, но статистика 2022-2023 годов показывает, что мы опять приблизились к ситуации демографического кризиса. Об этом свидетельствуют и заголовки современных медиа: «Росстат отчитался о падении рождаемости в России до исторического минимума», «Демографическая яма в России: есть ли выход из катастрофы», «Почему в России снова начала падать рождаемость и что с этим делать», «В России наблюдается новый эпизод демографической катастрофы» и т.п.¹³²

Действительно, показатели Росстата¹³³ за 2022 и 2023 годы свидетельствуют о надвигающемся кризисе: например, число родившихся детей в 2022 году сравнялось с показателями 1990-х годов, это 1304 тысяч человек [Приложение 1]. Для сравнения с наиболее успешным в этом отношении 2015 годом, показатель опустился на целых тридцать три процента. А в 2023 году родилось на 3% меньше детей, чем в 2022 году. Число заключенных брачных союзов в 2022 году составило 1053756, этот показатель превысил данные за 2017-2021 годы, но в 2023 году браков было зарегистрировано меньше – 868672. В то же время увеличилось и число

¹³² Росстат отчитался о падении рождаемости в России до исторического минимума // The Moscow Times [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.moscowtimes.life/2023/08/11/shest-chlenov-sovbeza-oon-potrebovali-otrossii-vernut-zahvachennye-territorii-gruzii-a51807>. Дата обращения: 16.08.2023; Сивякова А. Демографическая яма в России: есть ли выход из катастрофы // РИАМО [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://riamo.ru/article/658550/demograficheskaya-yama-v-rossii-est-li-vyход-iz-katastrofy?ysclid=llcdfxjbfk552396127>. Дата обращения: 16.08.2023; Игнатова О. Почему в России снова начала падать рождаемость и что с этим делать // Российская газета. 2023. № 13(8958). С. 8; В России наблюдается новый эпизод демографической катастрофы // Телеканал Сталинград [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/wall-172089649_553567?ysclid=llcdg0lgac44492987. Дата обращения: 16.08.2023.

¹³³ Демография // Росстат [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781>. Дата обращения: 16.08.2023.

разводов, их в 2022 году больше, чем за период 2017-2021 – 682850, в 2023 – 624685.

Отметим, что показатели продолжают демонстрировать негативные тенденции, касающиеся института семьи, сфер родительства и супружества. Данные за 2023 год это подтверждают: с января по май 2023 года родились 511 722 младенца, это на 11,5 тысяч (2,2 %) меньше, чем за подобный период 2022 года. Спад рождаемости был зафиксирован в 78 субъектах Российской Федерации. Самый высокий процент снижения рождаемости продемонстрировали Хакасия – ниже на 21,2 %, Сахалин – минус 22,5 %, Новгородская и Магаданская области – соответственно минус 29,5 % и 33,6 %.

Высокие показатели и у социального сиротства в России – в 2022 году (за 2023 год данные не опубликованы) на учет были поставлены 45 332 ребенка, которые были отнесены к категории дети-сироты и дети, оставшиеся без родительского попечения. Наряду с этим приемные родители стали чаще возвращать детей в детские учреждения: в 2022 году более пяти тысяч детей получили опыт вторичного сиротства, из них 4,3 % были возвращены по причине заболевания ребенка, 11,4 % – из-за ненадлежащего ухода за ребенком со стороны приемной семьи, 60% – по инициативе приемных родителей¹³⁴.

Экспертное сообщество активно комментирует сложившуюся ситуацию. Например, Д. Алиев, первый проректор РГСУ заявляет¹³⁵, что для сохранения стабильной демографии рождаемость на тысячу человек населения должна иметь показатели 13-14. Для увеличения численности населения этот показатель должен быть увеличен как минимум до 17, текущая же рождаемость не превышает 10 младенцев на 1000 человек.

¹³⁴ Буракова С. В России стали реже усыновлять детей и чаще возвращать их в детдома. Исследование «Если быть точным» // Нужна помощь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nuzhnapomosh.ru/media/post/v-rossii-stali-rezhe-usynovlyat-detej-i-chashhe-vozvrashhat-ih-v-detdoma-issledovanie-esli-byt-tochnym/?ysclid=lldoe43mvw22989258>. Дата обращения: 16.08.2023.

¹³⁵ Сивякова А. Демографическая яма в России: есть ли выход из катастрофы // РИАМО [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://riamo.ru/article/658550/demograficheskaya-yama-v-rossii-est-li-vyход-iz-katastrofy?ysclid=lldfxjbfk552396127>. Дата обращения: 16.08.2023.

Профессор НИУ ВШЭ Е. Истягина-Елисеева считает, что «в первую очередь в стране надо заниматься вопросом репродуктивного поведения. Многие опросы показывают, что женщины готовы родить, но ставят вопрос: «А для кого рожать?». Наши мужчины все больше сосредоточены на удовольствии и все меньше хотят ответственности за семью. За женщину и ребенка надо отвечать. Мое мнение подтверждает и большое количество разводов: 7 из 10 браков распадается. Это очень печальная статистика»¹³⁶.

Таким образом, данные Росстата подтверждают, что институт семьи сегодня находится в кризисной ситуации, это проявляется и в увеличении числа разводов, и в снижении деторождения, и в увеличении возвратов детей в сиротские учреждения.

Второй подход к будущему института семьи является альтернативным фамилистическому, это, так называемое, «модернистское» направление. Его сторонниками можно считать Л.С. Яковлева, Т.В. Савинкову, С.А. Ушакина и др.¹³⁷ Обозначенные его представителями негативные тенденции модернисты считают временными и незначительными, в ряде случаев действующими на благо института семьи; современная семья сегодня, по их мнению, переживает процесс модернизации.

В рамках данной работы нами будет поддержан именно фамилистический подход, где семья рассматривается не только в системе ценностей, но и в более широком диапазоне социальных практик и контекстов: семья реализует не только репродуктивную, но и ряд социализирующих функций, среди которых функция первичного социального контроля и воспитательная, а также экономическую, рекреационную, эмоциональную,

¹³⁶ Сивякова А. Демографическая яма в России: есть ли выход из катастрофы // РИАМО [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://riamo.ru/article/658550/demograficheskaya-yama-v-rossii-est-li-vyход-iz-katastrofy?ysclid=llcdfxjbfk552396127>. Дата обращения: 16.08.2023.

¹³⁷ Яковлев Л.С. Становление новой парадигмы семейной политики в условиях мирового кризиса // Вестник Поволжского института управления. 2022. № 3. Т. 22. С. 42-49; Савинкова Т.В. Институт семьи в эпоху постмодерна // Настоящее и будущее социальных технологий. Социальные технологии XXI века: инновации и реальность: мат-лы IX междунар. науч.-практ. конф. СПб.: Изд-во СЗИ РАНХиГС, 2012. С. 66-74; Ушакин С. Место-имени-я: семья как способ организации жизни // Семейные узы: модели для сборки: сб. ст. В 2 кн. Кн. 2. М., 2004. 520 с.

социально-статусную и социально-бытовую функции, отсюда неразрывная связь с иными социальными институтами, поэтому любые изменения института семьи могут стать губительными для всего общества в целом.

Представляют интерес и современные зарубежные исследования, там также ведутся дискуссии о ценностях индивидуальных и коллективных. В отдельных работах, например, Чжоу И¹³⁸, мы можем видеть, что счастливая семья остается самой главной ценностью молодежи, Лю Вэньронг¹³⁹ считает, что интересы семьи доминируют над личностными потребностями и желаниями. Значительное количество научных работ¹⁴⁰ посвящены понятиям «семейный долг» и «ответственность перед семьей», в основном это характерно для восточной научной традиции. В этих трудах ценности семьи называются традиционными; молодое поколение, достигнув определенного возраста, начинает понимать, что индивидуальное – это второстепенно, нужно следовать за традициями, что формировались на протяжении веков.

Но в научном дискурсе представлены и работы¹⁴¹, где показана противоположная точка зрения: в условиях меняющегося мира происходят изменения и в ценностном мировоззрении, личные интересы в некоторых случаях превалируют над семейными, причинами данных изменений авторы¹⁴² называют рыночные отношения и конкуренцию, именно они породили индивидуализм и эгоцентричность, жертвенность и терпимость остались в прошлом.

Таким образом, фамелизм в зарубежных исследованиях противопоставлен индивидуализму. Фамелизм представляет семью

¹³⁸ Zhou Yi. A Sociology Research of the Generation Gap // Sociol. Studies. 1994. № 4. P. 43-51; Zhou Yi. Tradition and Generation Gap – Duality of “Filial Piety” and “Mean” in Intergeneration Relations // Social Science Front. 1995. № 2. P. 111-131.

¹³⁹ Liu Wenrong. The Transition and Extension of Family Values // Journal of Social Sciences. 2011. № 10. P. 98-112.

¹⁴⁰ Wang Meiping, Zhang Kun, Zhang Wenxin A Research of Teenagers’ Sense of Family Obligation // Psychological Development and Education. 2001. № 3. P. 89-93.

¹⁴¹ Li Yinhe. Fertility and Village Culture – Grandchildren of the Same Grandfather. Culture and Art Publishing House, 2003. 284 p.

¹⁴² Meng Xianfan. Family: Three Impacts in a Century and our Choice // Journal of Tsinghua Univ. (Philosophy and Social Science). 2008. № 3.

рациональной единицей измерения социальных процессов, утверждая, что интересы семьи следует ставить превыше всего, индивидуумы – это члены семьи, свои собственные интересы они должны подчинить интересам семьи. Ценность индивидуальная реализуется через групповую ценность. Таким образом, фамелизм – это ценностная идентификация, где ценности семьи выступают в качестве стандарта¹⁴³.

Подчеркнем нравственную роль семьи: функционирование данной социальной группы зависит от значимости семейных ценностей и от того, какое место в аксиологических установках социума занимает сама семья. Доминирование в общественном сознании терминальных ценностей, связанных с прагматическими установками повышения уровня жизни, над инструментальными, которые подразумевают морально-нравственное основание, несет риски для института семьи. Можно обозначить следующие угрозы данной социальной группе: девальвация ценностей; гендерные революции; наркотические и алкогольные зависимости; медиапродукты, культивирующие насилие; сексуализация медиадискурса.

В рамках данного диссертационного исследования нам необходимо сосредоточиться на семье как социальном институте, взаимодействии семьи с социумом, прежде всего, с определенным социальным институтом – СМИ. Для нас представляет особый интерес, как ценностные установки – семья, супружество, родительство – показаны и осмыслены современными медиа.

Прежде всего, отметим, что семья является значимым элементом общественной системы, она связана с другими социальными институтами. Характер воздействия «семья – общество» можно определить как обоюдный: социум влияет на семью, формируя семейно-ролевые модели и формы, семья, в свою очередь, оказывает влияние на общество, на институты и процессы, которые являются ключевыми для него.

¹⁴³ Li Guimei. Contemplation on the Spiritual Construction of Modern Family Ethics – a Probe into Freedom and Responsibility // Morality and Civilization. 2004. № 2. P. 42-49.

В диссертации Э.К. Васильевой¹⁴⁴ обозначены некоторые направления в связке «семья – общество»:

- от общества → к семье: институт семьи относится к социокультурным образованиям, внутрисемейные роли и тип семьи находятся в прямой зависимости от исторической эпохи и культуры;

- от семьи → к обществу: семья, являясь основным социальным институтом, воздействует на разные социальные процессы в рамках разных общественных сфер;

- внутри семьи: многие процессы внутри семьи подчинены правилам и закономерностям жизни социума, хотя семья и функционирует как отдельная система.

Исследователь Н.Ю. Шлейкова определяет в своей работе ключевые векторы интереса фамилистического направления:

- семья и сферы образования и воспитания (контакт с педагогикой, возрастной психологией);

- семья и культурные традиции (контакт с культурологией, историей);

- семья и здоровье (контакт с медициной, прежде всего, репродуктологией);

- семья и правовая сфера (контакт с юриспруденцией);

- семья и вопросы экономики (контакт с экономической теорией);

- семья и мораль (контакт с аксиологией, этикой);

- семья и духовная сфера (контакт с религиоведением, философией);

- семья и статистическая информация (контакт с демографией, социологией)¹⁴⁵.

Отметим, что в предложенном перечне нет связки «семья и медиа», но именно ее в рамках данного диссертационного исследования мы делаем ключевой. СМИ на протяжении нескольких веков освещают проблемы

¹⁴⁴ Васильева Л.И. Технология формирования фамилистической компетентности будущего учителя: на материале подготовки учителя биологии, географии, химии: дис. ... канд. пед. наук. Курск, 2008. С. 16.

¹⁴⁵ Шлейкова Н.Ю. Формирование фамилистической компетентности учителя: дис. ... канд. пед. наук. Ульяновск, 2005. 208 с.

института семьи, показывают, как и чем живет семья в разные исторические эпохи, в поле зрения массмедиа попадают разные проблемы семьи как социального института, наряду с этим медиа транслируют семейные ценности как значимые и традиционные. Соединяя принципы фамилистического подхода и семейную тематику, тиражируемую медиа, можно говорить об особом предмете исследовательского интереса – **фамилистическом медиадискурсе**, который является частью социального медиадискурса. Такое словосочетание, на наш взгляд, наиболее рационально отражает тот перечень тем и проблем современной семьи, которые представлены сегодня в медиа. Синтез дискурсивного и фамилистического подходов будет максимально полно отражать представленность института семьи в медиа. Но в связи с отсутствием в научном обиходе термина «фамилистический медиадискурс», представим собственную трактовку данного понятия.

Фамилистический медиадискурс – это особый тип дискурса, который тиражирует ценности семьи, родительства, супружества для широкой аудитории, он аккумулирует устные, письменные, мультимедийные сообщения разнообразных массовых каналов коммуникации и учитывает экстралингвистические факторы коммуникативного процесса.

Данный тип медиадискурса неразрывно связан с социальным медиадискурсом, так как проблемы семьи – это объект освещения СМИ, тем не менее, можно сказать о самостоятельности фамилистического дискурса в отечественных медиа. Следствием его оформленности в современный период стали следующие признаки:

- рост числа специализированных медиа: медиа о родительстве, медиа о приемных семьях и семейном устройстве, медиа о репродуктивном здоровье семьи, медиа о проблемах домашнего насилия и т.д.;
- повышение влияния социальной журналистики, прежде всего, медиа социальной направленности, где представлен расширенный перечень проблем современной семьи;

- формирование идеологии «ответственного родительства», что повысило интерес к теме воспитания и образования детей;
- развитие блогосферы, где тема родительства и детства представлена в самых разных ракурсах и ипостасях;
- снятие стигмы с определенных вопросов: детского сиротства, домашнего насилия и др.

Фамилистический дискурс связан, прежде всего, с категорией ценностей, поэтому в рамках данного исследования необходимо, на наш взгляд, детально рассмотреть аксиологический подход к изучению и функционированию медиа, а также саму систему семейных ценностей и их отражение в СМИ, о чем пойдет речь в следующих разделах данной работы.

1.3.2. Аксиологический подход к изучению медиа

В рамках данного раздела нам необходимо обосновать важность обращения к аксиологическому аспекту изучения медиа: категория ценности в последние годы становится заметной в работах многих ведущих исследователей. Но прежде, чем говорить об аксиологии журналистики, сделаем обзор основных подходов к категории ценностей и формированию аксиологического знания.

Сам термин «ценности» появился еще во времена Античности: в философской концепции Платона сформулирована такая ценностная категория, как благо. Наряду с этим упоминаются категории красоты, истины, соразмерности. В работах его ученика – Аристотеля – можно встретить сам термин «ценность» (*axia*), от которого и происходит название науки аксиологии (от греч. *axios* – ценный, ценность, *logos* – слово, учение). Тем же понятием оперируют и стоики. Но данные категории в эти исторические периоды трактовались как элементы бытия, некоторый базис существующего мира.

Развитие аксиологии как науки происходит значительно позже, когда формируются теоретико-методологические основы изучения ценностных категорий и идеологические школы. В рамках философии аксиологическая

теория заявляет о себе в середине XIX века, это время можно назвать периодом ее расцвета. Впоследствии категорией ценности оперируют и другие науки: культурология, антропология, социология, психология.

Профессор Г.П. Выжлецов¹⁴⁶ предлагает выделять в формировании и развитии аксиологического знания два периода: онтологический (с VI века до н.э. до XVI века н.э.) и гносеологический (с XVI века по 60-е годы XIX века), изначально категории бытия и смысла жизни были близкими друг другу, только во второй период происходит их окончательное размежевание: выделяется объектно-субъектное отношение к познанию бытия, ценностные категории выносятся за пределы познаваемого, обозначаются как категории воображения.

Научное осмыслении ценности неразрывно связано с вопросами этики и нравственности. Так, в трудах И. Канта¹⁴⁷ мир природы, сущностного, противопоставлен миру нравственности, ценностного. И если первый – нейтрален, подчинен необходимости, то второй – обусловлен доброй волей, представляет собой цели и стремления. У Канта ценности представлены как субъективные (исходящие от субъекта) и в то же время необходимые и общезначимые, и объективные по их содержанию. В его учении ценности не имеют самостоятельного бытия, так как они есть требования, обращенные к воле, цели, поставленные перед ней. Высшей же ценностью, по мнению И. Канта, является свобода.

Термин «аксиология» был введен в научный оборот только в начале XX века французским философом П. Лапи в работе «Логика воли», но аксиологический период в философии принято определять 60-ми годами XIX века, когда выходит трехтомник Р.Г. Лотце «Микрокосм. Мысли о естественной и общественной истории человечества. Опыт антропологии», где немецкий исследователь выделяет ценностное сознание, относящееся к

¹⁴⁶ Выжлецов Г.П. Аксиология в системе философского знания // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2010. № 4. С. 34-39; Выжлецов Г.П. Аксиология культуры. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. 150 с.

¹⁴⁷ Кант И. Основы метафизики нравственности. Критика практического разума. Метафизика нравов. СПб.: Наука, 1995. 528 с.

категории должного, которое формируют ценностные определения и значимости. Интересно, что в тот же период австралийский исследователь И. Крейбиг предлагает называть учение о ценностях термином «тимология» (от греч. *timia* – ценимый, *logos* – слово, учение), но данный термин оказался менее жизнеспособным, сегодня в научном дискурсе утвердилось именно аксиология.

Значимый вклад в развитие аксиологии внесла феноменология, которая выросла из неокантианства, она связана с именами Э. Гуссерля, Н. Гартмана, М. Шелера. В рамках данной концепции создается ценностно-феноменологический метод познания: в их трудах говорится об этической природе ценностей, разрабатывается понятие «ценностная нозма»¹⁴⁸. Ценности мы ощущаем в виде воздействия таких нравственных категорий, как чувство ответственности или вины. Эти этические феномены имеют особое бытие.

Для развития аксиологической теории значимую роль играет труд Н.О. Лосского «Ценность и бытие. Бог и царство Божие как основа ценностей», в котором автор утверждал, что «ценность есть нечто всепроникающее, определяющее смысл и всего мира в целом, и каждой личности, и каждого события, и каждого поступка»¹⁴⁹. Данный философ акцентировал внимание на том, что важно рассматривать ценность в единстве с категорией бытия. Таким образом, постижение истины как главной ценности – это вопрос, прежде всего, о сути и смысле самого бытия.

Синтезирующей в себе философское и социологическое начала является аксиологическая концепция М. Вебера¹⁵⁰, который рассматривал ценность как некоторую общественную норму, обладающую культурно-исторической природой. Кроме этого, он выделяет категорию высших ценностей, которые не находятся в зависимости от времени и эпохи, они абсолютны. Французский философ и социолог Э. Дюркгейм в своем докладе от 1911 года «Ценностные и

¹⁴⁸ Гартман Н. Этика. СПб.: Фонд Университет: Владимир Даль, 2002. 707 с.

¹⁴⁹ Лосский Н.О. Ценность и бытие. Бог и Царство Божие как основа ценностей. Париж: YMCA-PRESS, 1931. С. 5.

¹⁵⁰ Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

реальные суждения»¹⁵¹ раскрывает смысл таких категорий, как идеал и ценность, он даже представляет классификацию последних, выделяя нравственные, религиозные, эстетические, экономические и метафизические ценности. Важно, что Э. Дюркгейм разграничивает ценность и оценку, последняя – субъективна, так как ее носителем является человек, ценность же всегда объективна.

В работах П.А. Сорокина ценность является базисом, основой любой культуры, а совокупность ценностей образует культурный менталитет. На первый план в его теории выдвигается социологический аспект, так как процесс передачи ценностей из поколения в поколение при сохранении их значимости для большинства членов социума он называет гарантом стабильности общества. Высшими ценностями П.А. Сорокин считает любовь, альтруизм, солидарность, равноправие, он вновь за своими предшественниками выводит идею триединства добра, истины и красоты, которая выступает фундаментом общества будущего¹⁵². Ценность имеет в качестве основы «чувство нравственного долга и Царствия Божия»¹⁵³, что роднит П.А. Сорокина с представителями русской религиозной философии, например, с Вл. Соловьевым.

М.С. Каган в своей работе «Философская теория ценностей»¹⁵⁴ анализирует основные аксиологические концепции и приходит к выводу, что существуют противоположные мировоззренческие позиции и методики, которые их питают, в то же время он отмечает интерес представителей различных наук к категориям ценности и ценностного. Например, очевиден интерес к аксиологии со стороны социологов, таких как М. Вебер, Э. Дюркгейм, Г. Оллпорт, Т. Парсонс. М.С. Каган разделяет ценности и нормы, поскольку норма – это регулятор социальный, который получен человеком извне, а ценность – это категория внутренняя, субъективная, некая духовная интенция,

¹⁵¹ Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения // Социологические исследования. 1991. №2. С. 109-111.

¹⁵² Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. Пер. с англ. М.: Политиздат, 1992. 543 с.

¹⁵³ Там же.

¹⁵⁴ Каган М.С. Философская теория ценности. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. 205 с.

которая человеком прочувствована. Отсюда и дуализм ценностного сознания человека, мировоззрение ориентировано на окружающий, внешний мир, самосознание – на самого себя, на мир внутренний.

Аксиологическая проблематика стала объектом изучения и психологии, прежде всего, интерес представляла проблема ценностно ориентированного поведения личности. Здесь важно выделить труды А.А. Бодалева, Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева¹⁵⁵. Ценности, с одной стороны, это категория социальная, но они накладывают отпечаток и на психологическую структуру личности, у каждого человека формируются личностные ценности, которые имеют мотивирующую природу. В психологии ориентация человека на определенную систему ценностей связана с формированием предварительной положительной ее оценки.

В педагогике также обращались к анализу категории ценности, здесь они выступают как нравственный принцип воспитания, как итог двустороннего взаимодействия педагога и воспитанника формируется интеллектуальная культура: чувства, эмоции, рефлексия. Например, в работе К.Д. Ушинского¹⁵⁶ обозначено, что процесс воспитания личности должен выстраиваться на основе общечеловеческих ценностей, к которым автор относил милосердие, доброту, личную свободу человека. Схожей позиции придерживался и А.С. Макаренко, и многие другие представители педагогического направления.

Отметим, что в советской науке категория ценности начала рассматриваться только в период 1960-х годов, до этого она была отнесена к перечню буржуазных тем, преимущественно ценность изучалась с позиции марксистской философии, согласно которой ценности – это категория классово обусловленная.

¹⁵⁵ Бодалев А.А. Личность и общение. М.: Международная педагогическая академия, 1995. 328 с.; Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: Педагогика-Пресс, 1996. 536 с.; Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психологическое обозрение. 1998. №1. С.13-25.

¹⁵⁶ Ушинский К.Д. Человек как предмет воспитания: опыт пед. антропологии. М.: Фаир-Пресс, 2004. 574 с.

В работе В.П. Тугаринова «Теория ценности в марксизме»¹⁵⁷ ценности делятся на материальные, социальные и духовные, которые выступают как блага жизни, и культурные, к ним относятся такие постулаты, как истина, добро, красота, свобода, справедливость: «ценности суть предметы, явления и их свойства, которые нужны (необходимы, полезны, приятны и пр.) людям определенного общества или класса и отдельной личности в качестве средств удовлетворения их потребностей и интересов, а также идеи и побуждения в качестве нормы, цели или идеала»¹⁵⁸. Высшей ценностью выступает человеческая жизнь.

Но некоторые представители марксистской философии, например, О.Г. Дробницкий, отрицали важность аксиологического подхода как ведущего, данный исследователь полагал, что ценностное сознание – донаучное, ценность – это определенное социальное отношение и не более того. Тем не менее, в период оттепели и позднее проблемы ценности в Советском Союзе рассматривались и представителями иных социогуманитарных наук: в рамках психологии можно выделить работы И.С. Кона, в рамках культурологии – Н.З. Чавчавадзе, социологии – В.А. Ядова. В постсоветское время в отечественной науке наблюдается всплеск интереса к данной категории, выходят в свет научные труды Г.П. Выжлецова, М.С. Кагана, Н.С. Розова, Л.Н. Столовича, Н.И. Лапина и др.

Сделав обзор основных этапов развития аксиологического знания, выявив его проникновение во многие гуманитарные науки, справедливо сделать предположение, что аксиологическая концепция со временем должна была заинтересовать и медиаисследователей. В качестве базиса, заложившего традицию рассмотрения категории ценности в медиа, можно считать исследования по медиаэкологии, отметим в этом контексте монографии Г. Инниса, М. Маклюэна и Л. Стрейта¹⁵⁹. Они анализировали процессы

¹⁵⁷ Тугаринов В.П. Теория ценностей в марксизме. Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та, 1968. 124 с.

¹⁵⁸ Там же. С. 10.

¹⁵⁹ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека; Пер. с англ. В.Г. Николаева, М. Кучково поле, 2003. 462 с.; Innis H.A. Empire and Communications. Toronto: University of Toronto Press, 1972. 183 p.;

трансформации коммуникативных парадигм в зависимости от меняющейся медиасреды, разрабатывали основные постулаты экологии медиа.

Со временем сформировалось даже отдельное направление – аксиология журналистики. Здесь отметим, что необходимость изучения данного направления рассмотрена в работе Л.Г. Свитич «Феномен журнализма»¹⁶⁰, где автор акцентирует внимание на аксиологичности профессии. Данные идеи получают развитие и в последующих трудах, например, в главе «Журнализм как аксиологический феномен»¹⁶¹ диссертационного исследования.

Сам термин «аксиология журналистики» и его дефиниция представлены в монографии санкт-петербургских исследователей – В.А. Сидорова, С.Н. Ильченко, К.Р. Нигматуллиной¹⁶². До конца предметное поле нового научного направления не сформировано, в полной мере не определен инструментарий и понятийно-терминологический аппарат, тем не менее, обозначены основные принципы и направления деятельности, представлена трактовка основного термина: «аксиология журналистики – это научная дисциплина, изучающая журналистику как источник и ретранслятор ценностей общества во всем их предметно-смысловом многообразии, а также собственно журналистику как социальную ценность, исследующая принципы и способы освоения журналистами социокультурных ценностей, эффективность и методы их репрезентации аудитории СМИ»¹⁶³.

Аксиологическому подходу в журналистике также посвящено диссертационное исследование З.А. Милославской¹⁶⁴, она называет М.В. Ломоносова с его трактатом «Рассуждения об обязанностях журналистов...» родоначальником данного направления. Подобная позиция

Strate L. Studying Media AS Media: McLuhan and the Media Ecology Approach // MediaTropes. 2008. Vol I. P. 127-142.

¹⁶⁰ Свитич Л.Г. Феномен журнализма. М.: Икар, 2000. 225 с.

¹⁶¹ Свитич Л.Г. Журнализм в системе глобальных информационно-креативных процессов: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2002. С. 66-69.

¹⁶² Сидоров В.А., Ильченко С.Н., Нигматуллина К.Р. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. СПб., 2009. 174 с.

¹⁶³ Там же. С. 12.

¹⁶⁴ Милославская З.А. Современный текст средств массовой коммуникации в аспекте аксиологии журналистики: дис...канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МПГУ, 2018. 222 с.

может считаться весьма дискуссионной, отметим, что не вызывает сомнения, что автор научной грамматики русского языка действительно значительное внимание уделил категориям этики и морали, когда рассуждал о профессиональной деятельности журналиста, но тем не менее категория ценностей в описываемом источнике не рассмотрена.

Аксиологический подход к изучению медиаконтента был представлен в публикациях Е.В. Пономаревой, Т.Е. Нерсесовой, В.А. Марьянчик и др.¹⁶⁵ Роль СМИ в формировании ценностей социума анализировалась в исследованиях Л.Г. Свитич, Н.Н. Мещеряковой, В.Ю. Меринова и т.д.¹⁶⁶ Категория ценности и ее выражение в журналистском творчестве с позиции деонтологии проанализированы в трудах Г.В. Лазутиной, Л.Г. Свитич, И.М. Дзялошинского, И.А. Панкеева, Т.В. Подоляк¹⁶⁷.

В монографии представителя забайкальской школы медиаисследований И.В. Ерофеевой через призму прагматической, семантической и синтаксической стороны аксиосферы анализируется медиатекст, в научный

¹⁶⁵ Пономарева Е.В. Аксиологическая составляющая коммуникативного пространства медиадискурса (на примере англоязычных интернет-СМИ) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. № 3. С. 198-204. Нерсесова Т.Е. Аксиологическая основа медиаконтента как способ формирования субъективного восприятия культурных ценностей общества и их оценки // Медиаскоп. 2011. №2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/835>. Дата обращения: 11.07.2022; Марьянчик В.А. Аксиологическая структура медиа-политического текста (лингвостилистический аспект): автореф. дис... докт. филол. наук: 10.02.01. Архангельск, 2013. 38 с.; Милославская З.А. Современный текст средств массовой коммуникации в аспекте аксиологии журналистики: дисс...канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МПГУ, 2018. 222 с.

¹⁶⁶ Свитич Л.Г. Роль подростковых журналов в формировании семейных ценностей. Семья как объект СМИ // Журналистика XXI века: исторический опыт и современное развитие. Владикавказ, 2019. С. 98-122; Мещерякова Н.Н. Роль СМИ в конструировании ценностных основ солидарного общественного существования // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. 2012. № 35. Вып. 28. С. 23-28; Меринов В.Ю. Нравственные основания журналистики // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2017. № 3. С. 140-144.

¹⁶⁷ Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2013. 224 с.; Свитич Л.Г. Философские категории как аксиологические гносеологемы журнализма // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения. СПб.: Медиапир, 2022. С. 63-64; Свитич Л.Г. Ценностная парадигма как базовый фактор стратегии развития общества и медиасистемы // Век информации. 2016. № 2. С. 300-396; Дзялошинский И.М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2017. 412 с.; Панкеев И.А. Деонтология журналистики как отражение связей ценностей общества и профессиональных журналистских ценностей // Массмедиа и ценностные отношения общества. Сб. науч. статей / Под ред. Г.В. Лазутиной, З.П. Симоновой. М.: МедиаМир, 2013. С. 231-239; Панкеев И.А. Этика журналиста: реальность или фикция? // Меди@льманах. 2015. № 2. С. 42-48; Панкеев И.А. Журналистская деонтология: от суммы к системе // Правовые и этические аспекты журналистики. М.: Ф-т журналистики МГУ, 2013. С. 27-35; Подоляк Т.В. Медиаэкоэтика: феномен современной журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 2(19). С. 15-28.

оборот вводится понятие «аксиосфера медиатекста», которая определяется как «...относительно самостоятельная виртуальная сфера общего медиатекста, аккумулирующая систему духовно-нравственных ценностей (которые репрезентирует, формулирует и пропагандирует в обществе институт СМИ) и обладающая определенной совокупностью жанровых, семантических и структурных компонентов. Жанровые особенности аксиосферы медиатекста определяются идеологией и эстетикой постмодернизма, структурные – спецификой ритуала, семантический аспект представлен концептами и константами»¹⁶⁸. Отметим, что и в рамках медиалингвистики аксиологическое направление медиаисследований становится весьма перспективным. Забайкальская школа в последние годы специализируется на изучении категории ценности в медиадискурсе.

Очередной этап интереса медиаисследователей к аксиологическим категориям совпал с принятием осенью 2022 года Указа Президента РФ «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». В некотором роде данный правовой акт поставил точку в многочисленных многолетних спорах о том, что является смысловым полем термина «традиционные ценности». Принятие данного указа способствовало тому, что многие медиаисследователи обратили внимание именно на специфику репрезентации традиционных ценностей в СМИ.

В XXI веке, как справедливо отмечает представитель челябинской школы медиаисследований В.В. Антропова, как никогда «актуализировалась проблема духовно-ценностного измерения журналистики, продуцирующей и репродуцирующей ценности»¹⁶⁹.

¹⁶⁸ Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века). Чита: ЗабГУ, 2009. С. 16.

¹⁶⁹ Антропова В.В. Духовность как проблемное поле современного медиапространства в аспекте аксиологии журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. № 9. С. 73-79.

Систематизирующей основные подходы отечественной научной школы к аксиологии медиа мы считаем исследование В.Ю. Меринова¹⁷⁰. Представленную им классификацию можно увидеть на рисунке 7.

Рис. 7. Подходы отечественных исследователей к аксиологии журналистики



Автор выделяет общетеоретическое направление, к которому относит труды В.А. Сидорова, С.Н. Ильченко, К.Р. Нигматуллиной¹⁷¹, здесь происходит проработка теоретико-методологических основ аксиологии медиа, этико-правовое направление, или ценностно-регулятивное, это уточнение неких постулатов, как правовых, так и этических, для действующих журналистов, выработка рекомендаций для журналистского сообщества в целом, к нему принадлежат работы ученых А.П. Короченского, С.Г. Корконосенко, И.В. Микулиной¹⁷². Третье направление – это аксиологическая медиалингвистика и дискурсивные исследования, где объектом изучения становятся аксиологические основы журналистского текста, дискурсивные практики в текстах, например, в трудах таких исследователей, как М.Ю. Казак, А.А. Крылова¹⁷³. Кроме этого, упоминаются такие направления аксиологии журналистики, как социально-аксиологический и эволюционный подходы, где

¹⁷⁰ Меринов В.Ю. Нравственные основания журналистики // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2017. № 3. С. 140-144.

¹⁷¹ Сидоров В.А., Ильченко С.Н., Нигматуллина К.Р. Аксиология журналистики: Опыт становления новой дисциплины. СПб., 2009. 174 с.

¹⁷² Korochensky A.P. "The Fifth power?" Media criticism in the theory and practice of journalism. Rostov-on-don: RGU, 2003. 284 p.; Korkonosenko S.G. Deontology of journalism as a field of moral choice for a professional // Journal of Siberian Federal University. Humanities and social sciences. 2012. № 12. P. 1723-1732; Микулина И.В. Конфликтотенные тексты СМИ в судебной практике Белгородской области: типологический, лингвоправовой и профессионально-этический аспекты: дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2011. 227 с.

¹⁷³ Казак М.Ю., Крылова А.А. Об эстетике журналистского текста // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 18. С. 134-139.

анализируется влияние СМИ на ценностные ориентации общества и его индивидов, в том числе, в отдельно взятой стране; авторы, разрабатывающие это направление, – Е.А. Воинова, Е.В. Сивякова¹⁷⁴.

Взаимодействие рыночной экономики и ее ценностей, устремленное на удовлетворение потребностей информационного общества, является основой экономико-аксиологического направления, которое представлено в трудах Е.Л. Вартановой, А.А. Гладковой¹⁷⁵. Важным направлением является медиакритика и журналистское образование, где изучается ценностный потенциал современных медиа и компетенции журналистов, прежде всего, связанные с категориями морали и нравственности, эта тема нашла отражение в работах В.В. Тулупова, Е.С. Кара-Мурзы и др.¹⁷⁶ Здесь отдельно выделим подготовленный редколлекцией МГУ в 2017 году ежегодник «Современная журналистика в аспекте деонтологии»¹⁷⁷, в нем представлен взгляд на ценностные трансформации отечественной журналистики, этические и правовые особенности медиа.

В 2024 году выходит коллективная монография представителей московской школы медиаисследований «Деонтология и этика в современном медиадискурсе. К 90-летию Г.В. Лазутиной»¹⁷⁸, в ней систематизированы значимые итоги развития аксиологии журналистики на протяжении последних десятилетий. Здесь вопросы анализа ценностей показаны как одно из ведущих направлений отечественной науки.

¹⁷⁴ Воинова Е.А. Формирование доверия в условиях новой коммуникативности // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия. сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: МГУ, 2020. С. 418-419; Сивякова Е.В. Общероссийские СМИ как институт публичной политики (условия и технологии производства публичности). дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МГУ, 2009. 197 с.

¹⁷⁵ Вартанова Е.Л., Гладкова А.А. Цифровое неравенство, цифровой капитал, цифровая включенность: динамика теоретических подходов и политических решений // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 1. С. 3-29.

¹⁷⁶ Тулупов В.В. Профессиональные ценности и профессиональная компетентность журналистов // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С. 22-23; Кара-Мурза Е.С. Этические проблемы науки и лингвистическая экспертиза // Филология в XXI веке. 2019. № S1. С. 112-116.

¹⁷⁷ Современная журналистика в аспекте деонтологии / Ред. Г.В. Лазутина, И.А. Панкеев. М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. 126 с.

¹⁷⁸ Деонтология и этика в современном медиадискурсе. К 90-летию Г.В. Лазутиной / Отв. ред. Е.Л. Вартанова, О.В. Смирнова, Т.И. Фролова. М.: Аспект Пресс, 2024. 226 с.

Солидаризируемся с позицией В.Ю. Меринова, что на сегодняшний день активно развивается вобравший в себя черты других направлений культурно-исторический подход, где анализируется роль СМИ в формировании культурной, государственной, этнической, региональной идентичности, в том числе и процесс трансляции через СМИ ценностей. В рамках нашего исследования мы также основываемся на культурно-историческом подходе, так как анализируем роль отечественных медиа в популяризации семейных ценностей в разные исторические периоды. Ключевой категорией анализа в данном диссертационном исследовании является термин «семейные ценности», анализу его дефиниций и вопросам типологизации будет посвящен следующий раздел работы.

1.3.3. Фамилистический медиадискурс с позиции аксиологии

Семейные ценности рассматриваются сегодня не только социологами, они составляют предмет научного интереса культурологов, психологов, педагогов, философов, историков и представителей иных гуманитарных наук. В рамках нашего диссертационного исследования данное понятие является основным, поэтому рассмотрим существующие подходы к его определению.

Представители социальной психологии, например, И.П. Лотова, ценностями семьи называет «положительные и отрицательные показатели значимости объектов, относящихся к основанной на единой совместной деятельности общности людей, связанных узами супружества-родительства, в связи с вовлеченностью этих объектов в сферу человеческой жизнедеятельности, человеческими интересами, потребностями, социальными отношениями»¹⁷⁹. Здесь важно подчеркнуть, что семейные ценности – категория культурно-историческая, они зависят напрямую от самого института семьи и происходящих в нем трансформаций, следовательно, могут меняться вместе с ним. Так, для патриархальной семьи были характерны ценности

¹⁷⁹ Лотова И.П. Системный подход к изучению семейных ценностей в современном российском обществе // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2015. № 5. С. 62.

родства, они выносились на первый план, позднее, в семье современной, детоцентристской приоритетными можно назвать ценности родительства, в семье товарищеской, постсовременной самыми значимыми считаются ценности диалога/взаимодействия супругов.

Психологический подход к определению термина «семейные ценности» представлен и исследованиями Т.А. Зинкевич-Куземкиной, Н.И. Олифирова, Т.Ф. Веленты. Авторы также акцентируют внимание на зависимости данной аксиологической категории от функций и типа семьи, определяя их как «явную (открыто одобряемую и культивируемую в кругу семьи) или неявную характерную для семьи совокупность представлений, которая влияет на выбор семейных целей, способов организации жизнедеятельности и взаимодействия и т.п.»¹⁸⁰. По мнению академика А.Л. Журавлева¹⁸¹, семейные ценности относятся к категории духовно-нравственных постулатов, именно они являются скрепами личности, позволяя даже в условиях кризиса не терять целостность, самобытность и идентичность.

Социологический подход к категории «семейных ценностей» можно считать прагматикоориентированным, поскольку он непосредственно связан с исполнением семейных ролей и реализацией функций семьи. Например, представитель московской школы социологии А.И. Антонов¹⁸² в качестве ценностных ориентиров семьи называет готовность к решению разнообразных бытовых вопросов: организации общего досуга, удовлетворения потребности в диалоге и внимании, реализации родительских ролей, вниманию к интимной жизни, приготовлению пищи, уборке и декорированию помещений, материальному обеспечению семьи. Семейные ценности социологи называют консервативными или традиционными, они способствуют функционированию

¹⁸⁰ Олифирова Н.И., Зинкевич-Куземкина Т.А., Велента Т.Ф. Психология семейных кризисов. СПб.: Речь, 2006. С. 335.

¹⁸¹ Журавлев А.Л. Взаимодействие социально-психологических экономических феноменов в изменяющемся обществе // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М., 1998. С. 11-37.

¹⁸² Семья, дети – жизненные ценности и установки: итоги социологического опроса населения в регионах России / Отв. ред. А.И. Антонов. М., 2015. 122 с.

семьи как малой социальной группы, выступают как фактор эффективности данного социального института.

Представители философских и исторических наук подходят к определению понятия «семейные ценности» со схожих позиций, они демонстрируют неразрывную связь аксиологической категории с процессами трансформации института семьи. Л.П. Зернова подчеркивает, что «семья и семейные ценности – это два понятия, которые не могут существовать друг без друга. Семейные ценности теряют свое значение, если не будет семьи. Семья не имеет возможности существовать без основополагающих принципов, которые смогут сохранить ее целостность и духовное здоровье. Семейные ценности – это отношение человека к человеку, насыщенные любовью и заботой. Мужчина и женщина, создавая союз, всегда привносят в него что-то свое, образуя фундамент семейных отношений, атмосферу, в которой будут расти их дети».¹⁸³

В исследованиях В.А. Тишкова¹⁸⁴ семейные ценности детерминированы социальным укладом и уровнем развития общества, они являются духовно-культурным конструктом. Исторически сохранившимися семейными ценностями он называет уважение старшего поколения и заботу о нем, ценности родительства, а также любовь и верность. Остальные ценности могут видоизменяться, обозначенные – относятся к категории базовых.

Важное, на наш взгляд, уточнение содержится в работе А.Е. Глушковой¹⁸⁵, исследователь отмечает, что семья является не только носителем семейных ценностей, но и ретранслятором их в обществе. Степень вовлеченности индивида в процесс принятия данных морально-нравственных постулатов может быть различным: от формального осознания, что они есть, до включенного следования им. Автор демонстрирует зависимость ценностей

¹⁸³ Зернова Л.П. Актуализация семейных ценностей как фактор укрепления российской государственности // Россия: тенденции и перспективы развития. Материалы XV Международной научной конференции / Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 207.

¹⁸⁴ Тишков В.А. Национальная идентичность и духовно-культурные ценности российского народа. СПб.: СПбГУП, 2010. 25 с.

¹⁸⁵ Глушкова А.Е. Роль современной российской семьи в формировании и сохранении социальных ценностей: дисс. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Чита, 2011. 149 с.

семьи от функций, реализуемых данным социальным институтом, что роднит исследовательницу со взглядами социологического направления.

Педагоги имеют иной взгляд на семейные ценности, это находит отражение в дефинициях понятия, представленных ими. Так, в исследованиях Ж.Н. Дюльдиной и Л.П. Шустовой¹⁸⁶ данным термином обозначают связанные между собой культурные, морально-нравственные, консервативные постулаты, которых придерживаются представители малой социальной группы, вступив в брак и рожая детей. Примечательно, что супруги, по мнению педагогического направления, могут обладать разными взглядами на ценностные категории, но, создавая семью, они должны договориться, чтобы разделяемые ими морально-нравственные ориентиры стали едиными. Иерархия семейных ценностей может на начальных этапах возникновения семьи у супругов не совпадать, и, если расхождения будут значительными, это послужит причиной многочисленных конфликтных ситуаций; столкновение семейных ценностей супругов может даже разрушить брак.

Альтернативный взгляд на данную категорию представлен в исследованиях С.П. Акутиной¹⁸⁷. Семейные ценности она считает неким идеалом, абсолютом, ради достижения которого и создается сначала брачная пара, а потом семья. Согласимся с уточнением автора, что семейные ценности следует считать «социально одобряемыми и разделяемыми большинством людей», но считаем дискуссионным утверждение, что это некий абстрактный, трудно достижимый абсолют.

Сделаем вывод, что по многим аспектам функционирования категории семейных ценностей представители разных научных направлений высказывают схожие точки зрения. Например, это касается связи ценностей с целями и задачами института семьи или зависимости категории ценностей от

¹⁸⁶ Дюльдина Ж.Н., Шустова Л.П. Категории «ценность» и «семейные ценности» в философских, психологических и социально-педагогических науках // Современные наукоемкие технологии. 2016. № 1 (11). С. 98-99.

¹⁸⁷ Акутина С.П. Семейный уклад в воспитании духовно-нравственных ценностей школьников // Ярославский педагогический вестник. 2009. № 2. С. 52.

социокультурной и исторической ситуации. Вопросы изменения консервативной системы ценностей, к которой и относятся ценности семьи как социального института, нашли отражение в трудах многих исследователей, особо отметим работы Л.И. Савинова, О.В. Бессчетновой и Т.В. Свадьбиной¹⁸⁸. В то же время в ряде работ акцент сделан лишь на отдельной категории ценностей семьи, так, О.М. Здравомыслова, И.С. Голод, М.Ю. Арутюнян¹⁸⁹ больше внимания уделяют ценностям супружества; В.М. Медков, А.И. Антонов, Т.А. Гурко – ценностям родительства¹⁹⁰, Ю.А. Гаспарян, М.Г. Панкратова, И.С. Кон¹⁹¹ – ценностям родства.

Отдельно отметим тот факт, что современная справочная и энциклопедическая литература не всегда предлагает корректные дефиниции термина «семейные ценности». Например, дискуссионной, по нашему мнению, является трактовка, что семейные ценности – это «этические и религиозные убеждения, способствующие семейному благополучию и утверждающие идеалы семейной жизни»¹⁹². Здесь выделим сразу две противоречивых позиции: во-первых, семейные ценности не всегда являются категорией духовной, поскольку материальные ценности, такие как домашний уют и быт, реализация родительских функций, удовлетворение потребностей членов семьи – тоже имеют место быть. Во-вторых, не всегда категория ценностей зависит от религиозной позиции членов семьи, в семьях атеистов также могут быть значимыми морально-нравственные постулаты.

¹⁸⁸ Свадьбина Т.В. Семья и российское общество в поиске обновления: Монография. Н. Новгород: НГПУ, 2000. 339 с.; Савинов Л.И. Семьеведение: учеб. пособие. Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2000. 196 с.; Бессчетнова О.В. Семья и семейный образ жизни в системе ценностей студенческой молодежи // Семья в России. 2008. № 2. С. 20-27.

¹⁸⁹ Здравомыслова О.М., Арутюнян М.Ю. Российская семья на европейском фоне. М.: Эдиториал УРСС, 1998. 172 с.; Голод С.И. Семья и брак: историко-социологический анализ. СПб.: Петрополис, 1998. 272 с.

¹⁹⁰ Семья, дети – жизненные ценности и установки: итоги социологического опроса населения в регионах России / Отв. ред. А.И. Антонов. М., 2015. 122 с.; Антонов А.И., Медков В.М. Социология семьи. М.: Изд-во МГУ, 1996. 386 с.; Гурко Т.А. Брак и родительство в России. М.: Институт социологии РАН, 2008. 324 с.

¹⁹¹ Кон И.С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. М.: Прогресс, 1990. 367 с.; Гаспарян Ю.А. Семья на пороге XXI века: Социол. Проблемы. СПб.: Петрополис, 1999. 320 с.; Панкратова М.Г. Сельская семья в XX веке: автореф. дис. ... докт. социал. наук: 22.00.04. М., 1996. 72 с.

¹⁹² Мак-Ким Дональд К. Вестминстерский словарь теологических терминов. М.: Республика, 2004. С. 362.

Таким образом, завершая обзор взглядов исследователей на категорию семейных ценностей, подведем некоторые итоги. Семейные ценности – категория социокультурная и историческая, они находятся в непосредственной связи с институтом семьи и процессом социализации человека. Ориентируясь на данные постулаты, индивиду проще выстраивать отношения внутри собственной семьи как малой социальной группы. Большинство исследователей акцентируют внимание на консервативности и устойчивости семейных ценностей, используя словосочетание «традиционные семейные ценности», это можно объяснить спецификой функционирования семьи как исторически сложившегося значимого социального института. В разные исторические эпохи на первый план могут выходить разные ценности семьи: ценности родства, родительства, супружества. Но все же стоит отметить, что все они являются базовыми, фундаментальными ориентирами, которые способствуют укреплению общественных связей. Не случайно в уже цитируемом нами в предыдущем разделе Указе Президента РФ «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» ценности семьи включены в категорию традиционных, среди них отдельно отмечены преемственность поколений, крепкая семья, взаимоуважение и взаимоподдержка, приоритет духовного над материальным, историческая память.

Рассмотрев категорию семейных ценностей, обратимся к проблеме их дифференциации, здесь необходимо отметить, что существуют сразу несколько подходов к их типологизации. Параметрами типологизации можно считать следующие: тип внутрисемейной коммуникации; реализуемые функции; тип семьи; устойчивость ценностей; иерархия ценностей и др.

Классической является дифференциация семейных ценностей, предложенная представителями социологической мысли, так, в трудах

В.М. Медкова и А.И. Антонова¹⁹³ ценности семьи делятся на ценности родительства, родства и супружества. Превалирование конкретного типа ценностей над остальными находится в прямой зависимости от типа семьи и установившихся внутри нее ролевых ориентиров. На рисунке 8 изображено, какие конкретно ценности относятся к каждому из обозначенных типов.

Рис. 8. Дифференциация семейных ценностей по В.М. Медкову и А.И. Антонову

Ценности родства	Ценности родительства	Ценности супружества
ценность родственных связей	ценность детей	ценность брака
ценность расширенной или нуклеарной семьи	ценность многодетности	ценность диалога и взаимопонимания
ценность взаимоподдержки между родственниками	ценность воспитания и социализации	ценность равенства супругов

Наибольшую значимость, на наш взгляд, из предложенных категорий в современных условиях представляют ценности расширенной семьи и многодетности, они позволяют решить проблемы связи поколений и исторической памяти, сохранения традиций, а также демографические сложности, которые связаны сегодня со снижением рождаемости.

Второй параметр типологизации – реализуемые институтом семьи функции. Здесь можно отметить исследование А.И. Антонова, В.Н. Архангельского и В.М. Медкова¹⁹⁴, которые, взяв за основу задачи, которые должна решать современная семья, выделяют связанные с ними аксиологические ориентиры: ценности родительства и супружества, ценности социализации и воспитания детей представителями разных поколений, ценности коммуникации и диалога между членами семьи, ценности

¹⁹³ Антонов А.И., Медков В.М. Социология семьи. М.: Изд-во МГУ, 1996. 386 с.

¹⁹⁴ Антонов А.И., Медков В.М., Архангельский В.Н. Демографические процессы в России XXI века. М.: Издательский дом «Грааль», 2002. 168 с.

благополучия, долголетия и здоровья как физического, так и психологического (внутрисемейный климат), ценности семейного производства и потребления.

Тип семьи как основание для дифференциации семейных ценностей представлен в трудах И.П. Лотовой¹⁹⁵; доиндустриальная, индустриальная и постиндустриальная семьи разнятся по разделяемым ценностным ориентирам. Для первой характерны ценности, основанные на продолжении традиций (семейные реликвии и обычаи), сохранении целостности многопоколенной семьи, авторитете старшего поколения. Для индустриальной семьи ключевыми ценностями считаются социализация детей, их воспитание и образование (забота о нравственности и духовности подрастающего поколения). Семья постиндустриальная – это, прежде всего, ориентация на индивидуальность, воспеваются ценности, базирующиеся на личных достижениях как родителей, так и детей; важны такие ценности как саморазвитие, свобода личности и пр. Нужно подчеркнуть, что рассмотренная концепция имеет схожие черты с классической типологией семейных ценностей, где представлены ценности родительства, родства и супружества. Иными словами, доиндустриальная семья разделяет ценности родства, индустриальная – родительства, постиндустриальная – супружества.

Семейные ценности могут быть не только общепринятыми, но и персонализированными. Так считают авторы монографии С.А. Давыдов и А.М. Рогова¹⁹⁶. К общепринятым относятся базовые социальные постулаты, которые вытекают из самой сущности института семьи. К категории изменчивых ценностей можно отнести ценности индивидуальные, они имеют персонализированный характер. По мнению авторов, цели, нормы, социальные роли, правила поведения являются средствами воплощения ценностей в жизнь.

¹⁹⁵ Лотова И.П. Системный подход к изучению семейных ценностей в современном российском обществе // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2015. № 5. С. 62-66.

¹⁹⁶ Давыдов С.А., Рогова А.М. Формирование семейных ценностей молодого поколения в период трансформации хозяйственной системы (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области). СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2010. 131 с.

Причем, для каждого из имеющихся типов семей могут быть характерны собственные ценностные установки и ориентиры.

С этой точкой зрения согласны и представители философского и педагогического направлений. В их работах можно увидеть деление семейных ценностей на специфические и базовые или традиционные и современные. В любом случае сохраняется деление на неизменные и трансформирующиеся ценности. Так, А.М. Рогова¹⁹⁷, разделяя семейные ценности на базовые и специфические, утверждает, что последние необходимо анализировать с позиции типа семьи, в которой они приняты. Так, патриархальной семье свойственны такие ценностные ориентации, как религиозность, запреты на разводы, контрацепцию и прерывание беременности, обязательное вступление в брак, добрачная невинность; нуклеарной – зарегистрированный брак, возможность безбрачия и развода, появление внебрачных детей, добрачная близость и интимные отношения не для деторождения, а для удовольствия; постиндустриальной – разнообразные варианты семейных отношений, сожительство вместо зарегистрированного брака, возможность оформления брачного договора, разнообразные типы сексуального поведения. Отметим, что данная классификация, на наш взгляд, в качестве примеров прибегает к обозначению типичных моделей поведения и отношений внутри конкретного вида семьи, чрезмерно уделяя внимания антиценностям, нежели абсолютным ценностным постулатам, к соблюдению которых нужно стремиться. Традиционные ценности здесь практически не обозначены, акцент сделан именно на специфических, что делает подобную классификацию спорной.

Традиционные и современные семейные ценности обозначает Л.П. Зернова¹⁹⁸, основой ее дифференциации ценностей служит также тип семьи. Исследователь показывает, что патриархальная семья и нуклеарная

¹⁹⁷ Рогова А.М. Анализ социальных факторов формирования семейных ценностей среди молодого поколения: на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области: автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04. СПб.: СПбГУ, 2009. 29 с.

¹⁹⁸ Зернова Л.П. Актуализация семейных ценностей как фактор укрепления российской государственности // Россия: тенденции и перспективы развития. Материалы XV Международной научной конференции / Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 207-211.

семья, детоцентристская и эгалитарная семьи – будут существенно отличаться по разделяемым ценностным установкам. Мы солидаризируемся с позицией автора, что каждое последующее поколение людей выбирает и перенимает из системы традиционных семейных ценностей только те, которые можно адаптировать под современные реалии, то есть происходит постепенная селекция ценностных установок.

Возвращаясь к вопросу о том, что семейные ценности могут иметь не только духовную, но и материальную природу, обратимся к исследованию А.М. Русецки¹⁹⁹, которая делит ценности на автотелические, материальные (жизненные) и нравственные. К категории высших ценностей относятся автотелические, это цели-стремления, которых люди стараются достичь в процессе самореализации (благополучие в семье, взаимная любовь и гармония и т.д.). Промежуточную ступень занимают материальные, или жизненные ценности, к ним исследователь относит благосостояние, здоровье, достаток. Последней категорией она считает нравственные ценности, они универсальны, их должны разделять по традиции все члены социума (порядочность, уважительность, честность и проч.)

Табл. 4. Классификация семейных ценностей С.П. Акутиной

абсолютные ценности	природно- географические ценности	общественно- государственные ценности	культурно- национальные ценности
культура	природные условия	свобода	материнство
добро	труд	безопасность	отцовство
уважение	полезные ресурсы	гражданственность	кровное родство
любовь		достоинство	семейный уклад
соборность		мир	традиции
целомудрие		правда	обычаи
красота		патриотизм	домашний очаг
благо		равенство	дети

¹⁹⁹ Русецка А.М. Формирование культурных ценностей у ребенка в польской семье: автореф. дис...докт. пед. наук: 13.00.02. М.: РГСУ, 2007. 44 с.

вера			здоровье
надежда			обряды
истина			

Акцентирует внимание на духовно-нравственной природе ценностей семьи С.П. Акутина²⁰⁰, представленные исследователем группы ценностей отличаются от рассмотренных нами ранее. В таблице 4 показано, какие ценности автор относит к категории абсолютных, а какие – к природно-географическим, общественно-государственным и культурно-национальным.

Не все представленные автором ценности, на наш взгляд, стоит относить к категории семейных, уместнее представлять их в качестве традиционных духовно-нравственных постулатов. Но мы согласны, что обозначенные ценности оказывают значительное воздействие на воспитание подрастающего поколения, на чем и фокусирует наше внимание исследователь.

Аксиологические категории очень часто становятся предметом изучения педагогики, например, может представлять интерес такой параметр классификации, как удовлетворение семейными ценностями значимых потребностей различных членов семьи. О.Н. Гноева²⁰¹ предлагает выделять ценности, которые удовлетворяют потребность в родительстве; в коммуникации и диалоге; в принадлежности к малой социальной группе и защищенности; в любви и взаимном уважении; в удовлетворении интимных потребностей; в самоутверждении. Предложенная концепция в некоторой мере повторяет классификацию, связанную с реализуемыми институтом семьи функциями, можно увидеть в них общие черты и основания.

Более развернутой мы считаем классификацию семейных ценностей Л.И. Савинова²⁰². Здесь основанием для разделения ценностей является сфера брачно-семейных отношений. Автор обозначает пять сфер, среди них: сфера

²⁰⁰ Акутина С.П. Семейный уклад в воспитании духовно-нравственных ценностей школьников // Ярославский педагогический вестник. 2009. № 2. С. 51-54.

²⁰¹ Гноева О.Н. Становление готовности старших учащихся к семейной жизни в условиях деятельности психолого-педагогического отделения реабилитационного центра: дисс. ... канд. пед. наук: 13.00.01. Петропавловск-Камчатский, 2006. 229 с.

²⁰² Савинов Л.И. Семейное воспитание: учеб. пособие. Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2000. 196 с.

семейных функций (ценностью считаются реализованные задачи – сексуальные, досуговые, семейно-бытовые и т.п.), сфера родительства (продолжение рода, реализация материнского инстинкта, ответственность, воспитание, уход в пожилом возрасте и т.д.), сфера социализации (передача традиций и норм, карьерные перспективы, морально-нравственные ориентиры, расширение кругозора, приобщение к лучшим образцам и стандартам), сфера выбора партнера для брака (влечение, интерес, любовь, социальный статус, физическая и духовная совместимость), общесемейная сфера (фамилия, расширение родственных связей, преемственность). Отметим, что с этой позиции автор делит ценности на истинные и мнимые, временные и постоянные и др. На наш взгляд, предложенная классификация представляет собой синтез функционального подхода и деления ценностей по типу семьи.

Таким образом, проанализировав взгляды социологов, философов, педагогов, историков и психологов на проблему типологизации семейных ценностей, сделаем вывод, что многие из них имеют общие характеристики и основания дифференциации. Авторы сходятся в том, что семейные ценности во многом обуславливают функционирование института семьи, находятся в прямой зависимости от основных целей данного социального института. Поэтому считаем целесообразным выделять такие семейные ценности, как ценности родительства и супружества, внутрисемейного общения и досуга, социализации и воспитания детей, ценности благополучия, долголетия и здоровья семьи, ценности экономической стабильности и защищенности. К ценностям морально-нравственного толка можно отнести духовное обогащение, сохранение традиций и исторической памяти, любовь и верность, взаимоуважение, почитание старшего поколения, ответственность и др.

Фамилистический медиадискурс, который является предметом нашего научного интереса, неразрывно связан с категорией семейных ценностей, более того, мы можем утверждать, что согласно фамилистическому подходу сам институт семьи может быть рассмотрен как ценность. Проанализировав подходы исследователей к семейным ценностям, необходимо сделать вывод,

что ценности имеют социокультурную природу, следовательно, должны рассматриваться через призму той исторической эпохи и страны, продуктом которых они являются. Для нас имеет значение специфика формирования отечественного фамилистического медиадискурса, поэтому мы ставим перед собой задачу проследить, как трансформации института семьи, внутрисемейных ролей и коммуникаций влияют на смену ценностных парадигм, а также выделить те категории семейных ценностей, которые остаются традиционными, неизменными для России.

Изучение семейных ценностей через их представленность в медиа разных исторических периодов, анализ особенностей их репрезентации мы считаем актуальной исследовательской задачей, поскольку это помогает показать процессы становления и развития фамилистического медиадискурса. Таким образом, исторический и аксиологический подходы становятся основными.

§ 1.4. Методологические аспекты изучения фамилистического медиадискурса

В рамках данной главы диссертационного исследования обратимся к обоснованию методологических принципов, методики и эмпирической базы, которые являются основой работы. Для выявления специфики фамилистического медиадискурса необходимо проследить процессы его становления и развития. При выявлении особенностей медиадискурса рационально опираться на три ключевых подхода: функциональный, структурный и содержательный.

Структурный подход позволяет рассматривать медиадискурс как целостную систему, при этом акцентируя внимание на отдельных элементах его структуры. Поскольку фамилистический медиадискурс аккумулирует устные, письменные, мультимедийные сообщения через разнообразные массмедийные каналы, необходимо систематизировать как вербальные, так и экстралингвистические характеристики, связанные с процессами его формирования, ретрансляции и восприятия. Структурный подход к анализу

дискурсивных практик позволяет воспроизвести единую коммуникативную модель, которая складывается при анализе отдельных составляющих, выявить социально-политический и идеологический контексты.

Содержательный подход к анализу медиадискурса связан с определением его предметно-тематического поля. Предметно-тематическое поле как параметр дифференциации типов медиадискурса приобретает для данного исследования ключевое значение. Опираясь на этот показатель, мы выделяем в структуре медиадискурса сначала социальный медиадискурс, он отражает проблемы общественной жизни, с которыми сталкивается как отдельный индивид, так и социальные группы и общности, а затем и фамилистический медиадискурс в структуре социального. Таким образом, содержательный подход позволяет систематизировать устные, письменные, мультимедийные тексты вокруг определенной общественно-значимой тематики, которая в конкретный исторический период приобретает черты значимой, актуальной, в нашем случае это семейная тематика.

Функциональный подход подразумевает выстраивание связи между отдельной сферой деятельности человека и особенностями речеупотребления, то есть в разных коммуникативных ситуациях демонстрируется неодинаковое речевое поведение. При анализе медиадискурса, таким образом, учитывается специфика коммуникативной сферы и речевой практики, характерной для нее. Функциональный подход помогает получить представление о совокупности медиасообщений, функционирующих в условиях массовой коммуникации и формирующих фамилистический медиадискурс.

Синтез содержательного, функционального и структурного подходов позволит выявить специфику фамилистического медиадискурса, его коммуникативные каналы и цели, тематические доминанты, функции. Данный тип дискурса также необходимо рассматривать в контексте идеологических, социокультурных и исторических условий его формирования. Предлагаемая нами исследовательская методика предполагает, что для выявления специфики фамилистического медиадискурса в определенный исторический период

необходимо учитывать как структурно-содержательные и функционально-жанровые особенности медиасообщений, так и их аксиологические доминанты.

Иными словами, исследовательская методика включает изучение следующих аспектов фамилистического медиадискурса:

1. анализ идеологических, социокультурных и исторических условий формирования фамилистического медиадискурса;
2. выявление структурно-содержательных характеристик фамилистического медиадискурса;
3. определение функционально-жанровых особенностей фамилистического медиадискурса;
4. систематизация аксиологических доминант фамилистического медиадискурса.

Здесь важно дать пояснение, что в самом общем смысле под дискурс-анализом понимают совокупность методологических подходов, принятых в отдельных гуманитарных науках. В более узком значении дискурс-анализ представляет собой междисциплинарный подход, который соединяет традиции лингвокультурологии и социолингвистики и опирается на методы наук социально-гуманитарного направления.

Дискурс-анализ ориентирован на определение особенностей репрезентации смыслов, идей, ценностных установок²⁰³; включенности коммуникативной ситуации в культурно-исторический контекст; способности воздействовать на сознание и взгляды социума в соответствии с транслируемыми ценностями. Дискурс-анализ предполагает, что необходимо рассмотреть три взаимосвязанные позиции: медиасообщение, дискурсивную и социальную практики, что позволяет определить, как совокупность транслируемых медиасообщений может влиять на систему ценностей и ориентиров общества, на восприятие окружающего мира и поведенческие паттерны социума. Это

²⁰³ Ирхин Ю.В. Дискурс-анализ: сущность, подходы, методология, проектирование // Социально-гуманитарные знания. 2014. № 4. С. 128-143.

невозможно осуществить без анализа культурно-идеологического и исторического контекстов.

Для того, чтобы выявить особенности медиарепрезентации семейных ценностей, в работе применен аксиологический подход: ценности семьи, брака и родительства нами рассматриваются как базовые и основополагающие для личности и социума. В рамках данной диссертации мы ориентируемся на культурно-историческое направление аксиологической мысли, где ценности выражают гуманистические интересы общества в отдельные исторические периоды.²⁰⁴ Культурно-аксиологическая концепция обуславливает необходимость применения сравнительно-исторического подхода для анализа рецепции проблем семьи как социального института в медиа. Культурно-исторический подход активно развивается, он вобрал в себя черты других направлений, где анализируется роль СМИ в формировании культурной, государственной, этнической, региональной идентичности, в том числе и процесс трансляции через СМИ ценностей. В рамках нашего исследования мы также основываемся на культурно-историческом подходе, так как анализируем роль отечественных медиа в популяризации семейных ценностей в разные исторические периоды.

Ценности имеют социокультурную природу, следовательно, должны рассматриваться через призму той исторической эпохи и страны, продуктом которых они являются, что говорит о необходимости синергии культурно-исторического и культурно-аксиологического подходов. Для нас имеет значение специфика формирования отечественного фамилистического медиадискурса, поэтому мы ставим перед собой задачу проследить, как трансформации института семьи, внутрисемейных ролей и коммуникаций влияют на смену ценностных парадигм, а также выделить те категории семейных ценностей, которые остаются традиционными, неизменными для России.

²⁰⁴ Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О. Семья в отечественных медиаисследованиях: аксиологический аспект // Журналистика в эпоху цифровых трансформаций: ценности и практики. Сборник материалов X Международной научно-практической конференции. Тамбов: ИД «Державинский», 2023. С. 50-58.

Таким образом, в рамках данного исследования фамилистический медиадискурс будет рассмотрен через синтез культурно-исторического, дискурсивного, аксиологического, функционального, структурного, содержательного и фамилистического подходов.

Отдельно уделим внимание обоснованию эмпирической базы исследования и его хронологических рамок. Для выявления особенностей фамилистического медиадискурса, на наш взгляд, необходимо проанализировать процессы его становления, развития, а также современное положение. Как было обозначено выше во введении к работе, становление фамилистического медиадискурса проходило в условиях дореволюционной периодики; развитие дискурса связано с советской журналистикой; процессы, которые определяют данный тип дискурса в текущее время, рационально рассматривать в условиях современной медиасистемы. Таким образом, хронологические рамки данного исследования будут следующие:

- дореволюционный период (деление на два временных этапа: конец XVIII – первая половина XIX веков, вторая половина XIX века – 1917);
- советский период (деление на три временных этапа: первое десятилетие советской власти, 1917-1927; довоенные и военные годы, 1928-1945; послевоенное время, 1946-1991);
- современный период (1991 – наст. время).

Фамилистический медиадискурс начинает свое формирование в конце XVIII – первой половине XIX века, это связано с развитием женской периодики, где темы семьи, родительства, родства становятся значимыми. Во второй половине XIX – начале XX века произошли существенные изменения в политической и социальной жизни общества, реформаторская деятельность государства отразилась, в том числе, и на институте семьи, его ценностных основах. Поэтому фамилистический дискурс СМИ дореволюционного периода мы будем рассматривать в контексте двух временных этапов.

Развитие фамилистического медиадискурса проходило в условиях советской прессы, этот временной интервал требует дополнительной

периодизации, так как для советской медиасистемы было характерно постепенное становление. Наряду с этим необходимо учитывать и последовательные изменения ценностных ориентаций социума, поэтому нами будет рассмотрена пресса в первое десятилетие советской власти, пресса в довоенные и военные годы, периодика после войны. Революция 1917 года изменила аксиологические ориентиры: ценности семьи, супружества, родительства в первой половине XX века не являются значимыми, на первый план выходят коммунистические идеалы. Но период духовно-нравственного вакуума не был долгим, уже в военное и послевоенное время СМИ начинают активно популяризировать ценности брака и многодетности, поскольку этот вектор значим для преодоления демографического кризиса.

Особенности фамилистического медиадискурса современного периода определены теми трансформациями, что происходили с отечественным медиарынком в 1990-2000-е годы. Переходный период от советской медиасистемы к современной завершился, современная медиасистема характеризуется высоким уровнем развития информационно-коммуникационных технологий, что влияет на увеличение каналов и площадок коммуникации, расширение сегмента рынка специализированных медиа, диджитализацию, изменения медиапотребления аудитории. Это отражается, в том числе, и на специфике репрезентации семейной тематики в СМИ. Кроме этого, фамилистический медиадискурс данного периода определяется не только технологическими новациями в сфере медиа, но и теми социально-политическими процессами, которые протекают в обществе, что также влияет на ценностные установки социума.

В соответствии с выделенными хронологическими рамками детализируем эмпирическую базу данного диссертационного исследования, перечень анализируемых изданий представлен наглядно в виде таблицы 5.

Таблица 5. Эмпирическая база диссертационного исследования

Исторический период	Тип медиа	Наименование изданий
дореволюционный период: конец XVIII – первая половина XIX веков	женский журнал	«Дамский журнал»
	педагогический журнал / альманах для семейного чтения	«Библиотека для воспитания»
	русский народный лубок	Приложение 2.4-2.43
дореволюционный период: вторая половина XIX века – 1917 год	женский журнал	«Женщина», «Женское дело», «Мир женщины»
	педагогический журнал	«Энциклопедия семейного воспитания и обучения», «На помощь матерям»
	журнал для семейного чтения	«Задуманное слово», «Нива»
	русский народный лубок	Приложение 2.4-2.43
советский период: первое десятилетие советской власти, 1917 – 1927 годы	женский журнал	«Журнал для хозяек», «Женский журнал», «Коммунистка», «Делегатка»
	педагогический журнал	«Дошкольное воспитание»
	журнал для семейного чтения	«Огонек»
	советский пропагандистский плакат	Приложение 3.1-3.80
советский период: пресса в довоенные и военные годы, 1928 – 1945 годы	женский журнал	«Работница и крестьянка», «Работница»
	педагогический журнал	«Дошкольное воспитание»
	журнал для семейного чтения	«Огонек»
	советский пропагандистский плакат	Приложение 3.1-3.80
советский период: периодика после войны, 1946 – 1991 годы	женский журнал	«Советская женщина», «Женщина и Россия», «Мария»
	педагогический журнал	«Семья и школа»
	журнал для семейного чтения	«Огонек»
	советский пропагандистский плакат	Приложение 3.1-3.80
современный период: 1991 – наст. время	печатный журнал для родителей	«Счастливые родители»

	сетевой журнал для родителей	«Нет, это нормально»
	радиопрограмма	«Недетский вопрос», «Я папа», «Каждый родитель желает знать», «Родительский вопрос», «Детский вопрос», «Семья и школа», «Дело дня», «Адреса милосердия», «Все свои», «Семейные истории», «Семейные советы», «Семейная гостиная»
	телепрограмма	«Семеро с ложкой», «Из чистого истока», «Семейное счастье», «Семейные будни», «В кругу семьи», «Хочу домой», «Я хочу ребенка», «И будут двое», «Служба спасения семьи», «Прямая линия жизни», «У вас будет ребенок», «Жди меня», «Я пришел на эту землю», «Жду маму», «Дадим Дом Детям», «Я – Ваш малыш», «Я иду искать», «Право на маму», «Перекресток жизни», «Чужих нет», «Дети ждут», «Дорога домой», «Ищу маму», «Учимся растить любовью», «Новое родительство»
	подкаст	«The детки», «Жизнь замечательных идей», «Родительский час», «Две полоски», «Сперва роди», «Мам Мама Маам», «Новое материнство», «Мамакаст», «Инструкция не прилагается», «Когда это закончится», «Никакого правильно», «Любить нельзя воспитывать», «Вам слово», «Чипсовости», «Это надолго»
	социальная реклама	Приложение 3.81-3.204
	блог	«8 раз мама», «Батя в шоке», «Бобры из Бразилии», «Будни и сказки мамы троих», «Девушка Фермер», «Деревенский дневник очень многодетной мамы», «Как стать счастливым?», «Клуб повседневности», «Мать ненормальная», «Многодетная МАМА на удаленке», «Муж, жена... свекровь и теща», «Попутчица», «Разведенец с 3

		прицепами», «Синдром Дауна и многомать» («Дзен»), «Блог приемной мамы. Жизнь минимишких», «Оксана Давлетова» («ВКонтакте»), «Дети ждут», «Дневник матушки. Наша жизнь в деревне», «Дневник приемной мамы», «Жубревы LifeVlog», «Игрушкин ТВ», «Лилиана Романова», «Любовь и семья», «Мама на кухне», «Ольга Васильевна Паршикова», «Полина Завьялова. Лайфхаки семейной жизни», «Тройняшкин ПАПА» (YouTube), «Морена. Морана» (Livejournal), «Счастливая семья» (Telegram)

Выбор данных типов изданий для изучения фамилистического медиадискурса обусловлен тем, что семейная тематика находила отражение не во всех типах СМИ, для выявления особенностей медиадискурса дореволюционного и советского периодов мы предлагаем обратиться к анализу специализированной прессы – женских, педагогических журналов, изданий для семейного чтения, в них ценности семьи транслировались более разнопланово и регулярно. Фамилистический медиадискурс современности будет представлен через сравнение специфики освещения ценностей семьи печатными, сетевыми, аудиальными и аудиовизуальными медиа. Традиции женских и педагогических журналов в репрезентации семейных ценностей переняли в современных условиях журналы для родителей, поэтому в рамках данного исследования была поставлена задача сравнить их тематические и аксиологические доминанты. Также рассмотрим медиапроекты радио и телевидения, подкасты, для которых проблемы института семьи являются приоритетными. Значимым сегментом, формирующим аксиологические ориентиры общества, являются просемейные авторские блоги, проанализируем проекты, размещенные на платформах «Дзен», «ВКонтакте», YouTube, Telegram и др. Отдельно мы обратимся к рекламному дискурсу, поскольку ценности, транслируемые рекламными сообщениями, оказывают влияние на мировоззрение социума.

ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

Медиадискурс ориентирован на широкую, массовую аудиторию и объединяет в себе устные или письменные сообщения, передающиеся опосредованно через канал коммуникации и учитывающие экстралингвистические факторы как канала коммуникации, так и адресатов, среди которых психологические, социокультурные, функциональные. Основными параметрами типологизации медиадискурса можно считать канал распространения; способ представления информации; функциональные особенности или целевые установки; аудиторные признаки (возрастной, социальный, гендерный, национальный, этнический и иные); жанр; стилистические особенности; предметно-тематическую область.

Предметно-тематическое поле как параметр дифференциации типов медиадискурса приобретает для данного исследования ключевое значение. Опираясь на этот показатель, мы выделяем в структуре медиадискурса социальный медиадискурс, он отражает проблемы общественной жизни, с которыми сталкивается как отдельный индивид, так и социальные группы и общности.

Одной из важных социальных проблем современного общества является сохранение традиционного института семьи, семейных ценностей. Эта проблема нашла отражение в работах исследователей, которые являются сторонниками фамилистического подхода, или фамилизма. В качестве синтезирующего термина, который объединяет фамилистический подход и социальный медиадискурс, нами был предложен термин «фамилистический медиадискурс», он способствует более детальному и многоаспектному изучению представленности института семьи и семейных ценностей в медиа. Под «фамилистическим медиадискурсом» мы понимаем особый тип дискурса, который тиражирует ценности семьи, родительства, супружества для широкой аудитории, он аккумулирует устные, письменные, мультимедийные сообщения

разнообразных массмедийных каналов коммуникации и учитывает экстралингвистические факторы коммуникативного процесса.

Семья как предметная сфера представлена в СМИ весьма детально на протяжении длительного периода времени, поэтому можно говорить о самостоятельности и оформленности фамилистического медиадискурса, этому способствуют такие факторы, как повышение влияния социальной журналистики, прежде всего, медиа социальной направленности, где представлен расширенный перечень проблем современной семьи; формирование идеологии «ответственного родительства», что повысило интерес к теме воспитания и образования детей; развитие блогосферы, где темы родительства и детства представлены в самых разных ракурсах и ипостасях; снятие стигмы с вопросов детского сиротства, домашнего насилия; рост числа специализированных медиа (о родительстве, о приемных семьях и семейном устройстве, о репродуктивном здоровье семьи, о проблемах домашнего насилия и т.д.) и др.

Фамилистический медиадискурс является частью социального медиадискурса, вступая с ним в отношения подчинения. Фамилистический медиадискурс – категория социокультурная и историческая, поэтому особую значимость в рамках данного исследования будет иметь культурно-исторический подход, где анализируется роль СМИ в формировании идентичности, в том числе и процесс трансляции через СМИ ценностей. Поэтому основной исследовательской задачей, которую мы ставим перед собой в следующих главах работы, является анализ репрезентации семейных ценностей в отечественных медиа разных исторических периодов.

В медиаисследованиях, на наш взгляд, семейные ценности остаются недостаточно изученными, синтез культурно-исторического, дискурсивного, аксиологического и фамилистического подходов, выделение отдельного объекта исследования – фамилистического медиадискурса – надеемся, будет способствовать тому, чтобы данное диссертационное исследование в некоторой степени восполнило этот пробел.

ГЛАВА II. СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ФАМИЛИСТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА В ДОРЕВОЛЮЦИОННЫЙ ПЕРИОД

На основании выведенного в предыдущей главе утверждения, что фамилистический медиадискурс – категория социокультурная и историческая, в рамках данной главы обратимся к анализу репрезентации семейных ценностей в отечественных СМИ разных эпох. Базовыми ценностными координатами фамилистического медиадискурса являются ценности родства, супружества и родительства, это определяет использование такого методологического подхода, как ретроспективный анализ аксиологического аспекта: то есть публикации периодики будут рассматриваться с точки зрения ценностей, которые они тиражируют.

Хронологические рамки данной главы ограничены дореволюционным периодом, поскольку мы ставим перед собой задачу проследить особенности формирования фамилистического медиадискурса.

Тема семейных ценностей не является центральной в медиаповестке данного периода, но есть определенные типы изданий, в которых она проявляется более частотно и разнопланово, прежде всего, это характерно для специализированной периодики – женских и педагогических журналов, поэтому для выявления специфики репрезентации ценностей семьи российской журналистикой XVIII – первой половины XIX века, систематизации значимых аксиологических доминант проанализируем публикации обозначенных типов СМИ.

Значимой с позиции формирования аксиологических ориентиров также является периодика для семейного чтения: с одной стороны, она объединяет в досуговой коммуникации членов семьи как социальной группы, с другой стороны, способствует распространению семейных ценностей благодаря предметно-тематическим особенностям публикаций, поэтому в рамках данной главы отдельное внимание также будет уделено журналам для семейного чтения в системе дореволюционной периодики.

В рассматриваемый период ценности семьи транслировались и в рекламных сообщениях. Для нас представляет интерес анализ специфики воссоздания традиционных ценностей средствами рекламы, поскольку рекламный дискурс является частью медиадискурса. В качестве эмпирической базы выступают дореволюционные народные лубки, демонстрирующие ценности семьи и детства.

§ 2.1. Фамилистический дискурс женской прессы дореволюционного периода

Трансформации социальной, экономической и политической сфер оказывают влияние и на состояние института семьи, которая преобразуется вместе с обществом. Обозначенные изменения, в свою очередь, находят отражение в медиаповестке, поэтому от исторических особенностей государственной политики, состояния экономической и социокультурной сфер зависят тип семьи и модель родительства, следовательно, и семейные ценности, транслируемые медиадискурсом.

Фамилистический медиадискурс начинает свое формирование в конце XVIII – первой половине XIX века, это связано с развитием женской периодики, где темы семьи, родительства, родства становятся значимыми. В рамках данного параграфа рассмотрим роль женской прессы в тиражировании ценностей семьи. Для этого обратимся к дореволюционному периоду, когда происходило зарождение фамилистического медиадискурса.

Начиная со времени своего возникновения, журналистика взаимодействует с разными формами общественного сознания: с моралью, религией, философией, искусством, она напитывается этим социальным знанием и транслирует его своей аудитории. Женская пресса, ориентируясь на мировоззрение своих читателей, тиражирует те взгляды, которые будут приняты и разделены современницами. Для систематизации ценностных установок женской прессы дореволюционного периода обратимся к анализу конкретных изданий.

2.1.1. Ценности семьи в дореволюционной женской периодике первой половины XIX века

Женская пресса как тип медиа заявила о себе еще в конце XVIII века, ее развитие связывают с деятельностью Н.И. Новикова, журнал которого «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета» можно обозначить как точку отсчета функционирования периодики для женщин, достигшей своего расцвета к первой половине XIX века. Начальный этап развития женской периодики определяется наличием двух типов изданий: это модный журнал («Модный вестник», 1816, «Гирлянда», 1846–1860) и литературный журнал («Модное ежемесячное издание», 1779, «Журнал для милых, издаваемый юными людьми», 1804, «Кабинет Аспазии», 1815, «Дамский журнал», 1823–1883, «Лучи», 1850–1860).

Структурно-тематическое наполнение изданий данного периода было схожим: присутствовали обязательные отделы литературы (поэзии и прозы), науки и искусства, для модных журналов были характерны отделы рукоделия и домоводства. Содержание периодики определено читательским адресом: журналы имели элитарный характер²⁰⁵, были рассчитаны на образованное дворянство, поэтому большинство отделов связаны с литературной критикой, наукой (преимущественно историей и географией) и изящной словесностью. Литературоцентричность журналистики данного периода способствовала тому, что значительный процент публикаций представляли собой художественные тексты разных жанров, критические рецензии, рекомендательные библиографические списки.

Важно пояснить, что женские издания в современном их понимании – то есть издаваемые женщинами и ориентированные на женщин – появились только к концу XIX века. Ценность таких журналов заключается в том, что социальные и личностные проблемы рассматриваются в них с позиции их

²⁰⁵Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О., Бейненсон В.А., Болдина К.А. Эволюция роли женщины в семье и общественной сфере (на примере отечественной женской периодики конца XIX - начала XXI века) // Гуманитарный вектор. 2020. № 6. Т. 15. С. 139-150.

аудитории, с позиции женского мировоззрения. Женщин, которые были готовы проявить себя в качестве редакторов и издателей, было не так много, это и определило немногочисленный перечень подобных журналов. С 1882 по 1884 годы в Москве под руководством М.М. Богуславской выходил журнал «Друг женщин», в Петербурге издавались сразу два подобных журнала: с 1898 по 1900 годы «Женское дело» А.Н. Пешковой-Толиверовой и с 1899 по 1916 годы «Первый женский календарь» П.Н. Ариан.

Продолжая экскурс в развитие женской периодики, обозначим ее существенные трансформации второй половины XIX – начала XX веков, что имеет непосредственную связь с изменениями политического вектора, а также социальной политикой. Откликаясь на вызовы современности, женская пресса преобразовывается в литературно-общественную, теперь в журналах большее внимание уделяется социальной проблематике: значимости женского образования и самообразования, отсутствию разнообразия вакансий для женщин в производственной сфере, вопросам равноправия мужчин и женщин, то есть в некотором смысле западные феминистские традиции находят отражение в публикациях отечественной женской периодики. Но здесь важно пояснить, что подобные материалы не получали массового отклика аудитории, оставаясь чуждыми российской ментальности, следствием этого является короткий цикл выпуска женской прессы: большинство изданий закрываются в течение первых трех лет. К литературно-общественным женским журналам можно отнести «Рассвет», 1859–1862, «Женский вестник», 1866–1868, «Друг женщины», 1882–1884, «Женское дело», 1899–1900 и 1910–1916 и др. Во второй половине XIX века расширяется и аудитория женской периодики: ее читают теперь представительницы купечества и мещанства, на это повлияло как распространение грамотности, так и снижение стоимости журналов.

Становление фамилистического дискурса женской периодики дореволюционного периода рассмотрим через анализ публикаций отдельных журналов, их перечень и основные характеристики представлены в таблице 6.

Табл. 6. Эмпирическая база исследования женской прессы дореволюционного периода

Название издания	Годы выхода	Издатель / редактор	Тип издания	Примечания
конец XVIII – первая половина XIX века				
«Дамский журнал»	1829 – 1833	П. Шаликов	литературно-художественный журнал	Основные отделы «Проза» (повести, отрывки, мысли), «Поэзия» (басни, элегии, мадригалы, романсы с нотами), «Извлечения из жизни знаменитейших жен всех веков и всех народов», «Забавные анекдоты, острые изречения, известия о столичных спектаклях, описание праздников», «Описание мод женских и мужских, мебели и прочего», «Модные рисунки».
вторая половина XIX – начало XX века				
«Женщина»	1907 – 1917	С.З. Богельман	литературно-художественный, общественный, семейный и популярно-научный еженедельный иллюстрированный журнал	Журнал выходил как шесть миникнижек с собственными названиями и обложками, в этих выпусках чередовались такие значимые темы, как женщина-гражданка; женщина-жена; женщина-мать; женщина-хозяйка; женщина-врач; женский мир; детский мир; домашний стол; цветы, овощи, плоды; домашние животные; домашняя энциклопедия; последние моды. Впоследствии журнал стал издаваться единым выпуском, сохранив в своем содержании большинство из обозначенных отделов.
«Женское дело»	1910 – 1916	Издатель – А.Г. Галачев,	литературно-общественный журнал	Отделы, которые переходили из номера в номер: «Диалоги» – актуальные

		редактор – Л. Родионов		проблемы и тенденции развития женского движения; «У рамп» – материалы, посвященные театру, музыке и искусству; «Заграничная хроника» – материалы об изменениях в жизни женщин за рубежом; «Хроника «Женского дела» – значимые события в мире, публиковались материалы «обо всем», выполняющие чисто информативную функцию; «Хроника моды», – модные тенденции в одежде, «прогноз моды»; «Описание моделей» – пояснения к иллюстрациям, изображавшим женщин (иногда детей) в различных нарядах; «Практические советы портнихи» – советы, пояснения к предлагаемым выкройкам. Кроме того, в журнале публиковались материалы дидактической направленности, жизнеописания известных женщин, биографии знаменитых людей.
«Мир женщины»	1912 – 1916	издатель – В.Г. Галачев, редактор – А.Г. Галачев	иллюстрированный журнал изящной литературы, общественной жизни, общепользовательных знаний, прикладного искусства, новейших и практических мод и рукоделий	«"Мир женщины" является заочной школой для женщин, полной энциклопедией общепользовательных и практических знаний. Журнал отводит видное место проявлению женской инициативы во всех областях искусства, науки и труда, внимательно следит за женским движением, женскими организациями и т.д. Наряду с избранной

				беллетристикой и обзорами событий текущей литературной, художественной и общественной жизни, журнал дает следующие отделы: гигиена жизни, гигиена женщины, врачебная косметика, уход за детьми грудного возраста, физическое и нравственное воспитание детей, прикладное искусство, домоводство и убранство квартиры...».

Выбор в качестве эмпирической базы исследования данных журналов обусловлен разным периодом их выхода и отличающимся типом издания, что будет способствовать более полной картине репрезентации семейных ценностей в женской периодике дореволюционного времени.

Классический литературно-художественный «Дамский журнал», выпускавшийся П. Шаликовым на базе типографии Московского университета, был рассчитан на то, чтобы заменить дорогостоящую выписку подобных изданий из зарубежных стран, показать *«любезнейшим соотечественницам последние модные тенденции, развлечь приятным чтением»*²⁰⁶. В нем публиковали свои труды известные поэты В. Пушкин, П. Вяземский, Д. Хвостов, драматург А. Писарев. Большинство публикаций данного издания составляют художественные произведения, но и в них проблемы семьи как социального института находят отражение, хотя и представлены нерегулярно. Литературные произведения преимущественно отражали тематику быта дворянской семьи, где статус женщины определялся положением в обществе ее мужа или отца. Семья, представленная на страницах журналов этого периода, была патриархальной, многопоколенной, женщина выполняла традиционную

²⁰⁶ О журнале // Дамский журнал. 1823. № 18. С. 4-9.

функцию хранительницы домашнего очага, матери и жены, носительницы духовного уклада.

Как показывает анализ публикаций данного издания, женская периодика XVIII – первой половины XIX века транслировала быт дворянской семьи, ориентируясь на свою аудиторию: семейные отношения, представленные прессой, можно обозначить как патриархально-авторитарные, семья показана расширенная, так как к ней относились не только кровные родственники, но и воспитанницы, гувернеры, няни. И хотя можно увидеть четкое разделение частной и общественной сфер жизни, интерес к внутрисемейным отношениям со стороны дворянского общества можно назвать высоким.

Аудитория «Дамского журнала» – это представительницы высшего света, им не нужно заниматься домоводством и воспитанием детей, для этого у них есть штат прислуги. Поэтому образ семьи рисуется преимущественно художественными произведениями или публикациями, призывающими к благотворительности, бытовой дискурс практически отсутствует, он представлен лишь разделом «Парижские моды», описывает фасоны, модные тенденции, но не способы пошива данных вещей. В публикациях «Дамского журнала» можно было увидеть основные тенденции дворянского семейного быта начала XIX века: деление дома на мужскую и женскую половины, раннее вступление в брак у женщин и позднее – у мужчин, иерархию в отношениях между старшими и младшими членами семьи.

Среди аксиологических постулатов, отраженных в женской прессе данного периода, главенствующее значение имеют ценности родства: ценность родственных связей, ценность родственной взаимоподдержки, ценность расширенной семьи. Так, тема почтительного отношения к родителям, которые тебя воспитали, поднимается в повести Ильина «Пример сыновней любви» «Дамского журнала», семья главного героя произведения описывается следующим образом: *«Отец портного Василия был бедный слепой старик; дряхлая мать его также смотрела во гроб; сестра была девушка добрая, которая предпочла девическую жизнь выгодному супружеству с богатым*

*вдовцом и посвятила себя своим родителям. Я был свидетелем убожества и честности того семейства, был свидетелем той любезной простоты, в которой, по русской пословице, сам Бог почивает*²⁰⁷. Автор показывает жизнь под одной крышей разных поколений, но в произведении и дочь, и сын очень многое делают для своих престарелых родителей.

Ценности родства имели под собой духовную основу, отображали идеи соборности и «общего дома», поэтому к членам семьи относили даже тех, кто приходился дальними родственниками и внебрачными детьми. Ценность межпоколенных связей подчеркивалась стремлением дворян составлять генеалогическое древо, включая в него не только самых близких, но и дальних родственников, также это выражалось и в принципах гостеприимства и помощи нуждающимся членам семьи. Ценности родства, как уже было обозначено выше, включают ценность родственной взаимоподдержки, некоторые публикации женских журналов отличаются социальным посылом, призывающим к благотворительности и адресной помощи нуждающимся семьям. Например, в № 4 от 1823 года в публикации «О бедных семействах» поднимается вопрос о сложном материальном положении некоторых многодетных семей: *«...после смерти мужа ея, отличенного безпорочною службою и почтенными ранами за Отечество, у нее осталось на руках семь человек детей, сумасшедший брат и престарелая мать»*²⁰⁸. Материал не только рисует образ многопоколенной, многодетной семьи, но и содержит призыв оказывать через издателя помощь. Одноименная публикация размещена и в № 19 от 1823 года, ее тоже можно отнести к статьям, ориентированным на благотворительность, так как она призывает оказать помощь вдове с малолетними детьми. В более поздних номерах подобные материалы публикуются под заголовком «К благотворителям».

Ценности родительства и супружества в дореволюционной женской периодике начала XIX века не являются главенствующими. Однако некоторые

²⁰⁷ Ильин. Пример сыновней любви // Дамский журнал. 1823. № 22. С. 138-139.

²⁰⁸ О бедных семействах // Дамский журнал. 1823. № 4. С. 165.

ценности супружества мы можем наблюдать в журналах описываемого времени, например, ценность верности в браке, эта тема является заметной во многих художественных произведениях. Так, в № 6 от 1823 года в статье «О любви» «Дамского журнала» рассказана история супругов, которые двадцать пять лет состоят в браке, они признаются, что *«...как пленительно, как прекрасно чувство, питающее и в старости лет наших страсть, может быть, еще сильнейшую, нежели в летах пылкой юности»*²⁰⁹. Тема любви и верности в браке также поднимается в произведении, переведенном Ф. Хрщевым, «Примеры супружеской любви» в № 7 от 1824 года.

В № 13-14 от 1823 года была размещена историческая повесть «Один проступок» Д. Шелехова, где показана история семейной неверности, автор с самых первых строк сообщает, что у подобных сюжетов не может быть счастливого конца: *«Если бы молодые женщины, изменяя супружеской верности, могли предвидеть наперед, каких страданий, унижения, страха, мучений совести будет стоить им сие заблуждение...»*²¹⁰. Проблема измены поднимается и в повести г-на Бульи «Три поступка» № 19 от 1823 года, автор показывает, какие разные действия могут предпринимать женщины для возвращения в семью неверного супруга.

Ценности родительства в СМИ конца XVIII – первой половины XIX века практически не обозначены. Ориентируясь на читательский адрес, пресса воссоздает портрет дворянской семьи, где за процесс образования и воспитания детей отвечает институт гувернерства или педагогические интернатные учреждения. Родительские роли ограничены материальным вкладом в процесс образования детей и представлены контролем и нечастым внутрисемейным досугом. Дворянских детей воспитывали в строгости, культ уважения старших и почитания родителей и других родственников был ярко выражен, ценности родства и семейственности детям прививали с ранних лет. При общении с представителями старшего поколения – дедушками, бабушками – у детей

²⁰⁹ Писарев Н.И. О любви // Дамский журнал. 1823. № 6. С. 219.

²¹⁰ Шелехов Д. Один проступок // Дамский журнал. 1823. № 13. С. 3.

вырабатывались понятия чести, рода, репутации, ответственности и достоинства. Строгая иерархичность определяла взаимодействие детей и взрослых: власть и авторитет последних были несомненными и сохранялись на протяжении всей жизни.

Таким образом, необходимо сделать вывод, что в конце XVIII – первой половине XIX века фамилистический медиадискурс преимущественно отражал ценности родства, которые проявлялись в популяризации многопоколенной, расширенной семьи, значимости родственных связей, неограниченной поддержке нуждающихся представителей рода, уважении и почитании старших, сохранении традиций и обычаев. Аксиологические взгляды в этот период находились в непосредственной зависимости от религиозных постулатов: семья воспринималась как самая значимая духовно-нравственная ценность, что и определяло основные ее ориентиры: нерушимость брачного союза, верность и добропорядочность, ответственность за будущее детей и других членов семьи, смирение и чадолюбие. Семейный долг можно сравнить с духовным «крестом», который нужно нести на протяжении жизни.

В рассмотренный период обозначим следующие значимые особенности фамилистического медиадискурса:

- На содержание женской прессы оказывал влияние, прежде всего, читательский адрес: специализированную периодику могли себе позволить только владеющие грамотой представительницы высшего сословия, что определяло и структурно-содержательные характеристики, и функционально-жанровые особенности медиадискурса. В конце XVIII – первой половине XIX века для человека существенное значение имел институт семьи, в условиях авторитаризма именно патриархальная, традиционная семья, базирующаяся на религиозных, вековых, духовных основах, представлена в публикациях СМИ.

- **Функционально-жанровые особенности фамилистического медиадискурса** заключаются в синтезе новостных и художественно-публицистических форм, которые направлены на просвещение, информирование аудитории, реализацию релаксационной составляющей.

- **Структурно-содержательные характеристики фамилистического дискурса** женской прессы конца XVIII – первой половины XIX века обусловлены спецификой аудитории изданий, которые носили элитарный характер. Тема семейных ценностей была представлена преимущественно через художественные произведения, что обусловлено литературоцентричностью журналистики рассматриваемого периода. Отдельные проблемы, например, благотворительности в адрес малоимущих, многодетных семей, отражены в публицистическом дискурсе. Тематические доминанты медиасообщений – важность достойного продолжения семейных дворянских династий, быт патриархально-авторитарной семьи, составление генеалогического древа, внутрисемейные коммуникации, супружеская верность.

- **Аксиологическими доминантами фамилистического медиадискурса** конца XVIII – первой половины XIX века становятся ценности родства, многопоколенной расширенной семьи, родственных связей и родственного долга, взаимоподдержки, уважения и почитания старших, исторической памяти.

2.1.2. Особенности фамилистического дискурса женской прессы второй половины XIX – начала XX века

Вторая половина XIX – начало XX века ознаменовались существенными изменениями в политической и социальной жизни общества, реформаторская деятельность государства отразилась на быте дворянской семьи: старшее поколение болезненно относилось к социальным преобразованиям, отсюда – участвовавшие случаи деструктивных увлечений алкоголем, азартными играми и т.п. После реформ Александра II многие дворянские семьи столкнулись с экономическими проблемами, это заставило практически отказаться от слуг и пересмотреть взгляды на приданое незамужних дочерей, что повлияло и на количество заключенных брачных союзов. Молодые дворянки обрели бóльшую свободу в выборе жизненного пути: могли получить образование и даже иметь самостоятельный заработок. Постепенно стали меняться и условия заключения

браков: все больше семей в условиях отсутствия богатого приданого невесты создавались по любви, но такое основание приводило к тому, что за утратой чувств следовал развод, что для традиционной, основанной на уважении церковного устава, дворянской культуры было неприемлемым, осуждаемым. Подобные изменения подхода к созданию духовного союза влияли и на число заключаемых браков, и на процент людей, отказавшихся от семейных отношений.

Данный период можно считать расцветом купеческих семей, зажиточные купцы первой и второй гильдий старались строить автономную семью, отличающуюся закрытым характером, ее называли «малой семьей», так как она включала только супругов и их детей. Во второй половине XIX века складывается новый тип семейных отношений, который пришел на смену патриархальной (авторитарной) семье и получил обозначение буржуазная (эгалитарная) семья. Малая социальная ячейка теперь строится на принципе материального достатка: члены семьи, которые не вносят вклада в развитие благосостояния, находятся в подчинении у экономически успешных родных. Меняется и отношение к дальним родственникам: идеи поддержки и материального содержания уходят в прошлое. Буржуазная семья часто имеет эмоциональную основу, супруги испытывают друг к другу чувства, дом становится местом психологической разгрузки от тягот производственной сферы, детям уделяется больше времени и внимания.

В конце XIX – начале XX века происходит становление пролетарской семьи, которая относится к категории малых, хотя в отдельных случаях взрослые дети продолжали общение с родителями, чтобы те могли участвовать в воспитании внуков. Наличие деревенских родственников помогало выдерживать сложный производственный цикл в десять часов и более, потому что можно было не отвлекаться на мысли о младших членах семьи: дети до подросткового возраста отправлялись из города в сельскую местность и находились там. Женщины в пролетарских семьях также работали, на них возлагались и бытовые обязанности. В отсутствии родственников дети в

рабочих семьях часто были предоставлены сами себе. Постепенно начинает свое становление индифферентная модель родительства.

Проанализируем, как трансформации общественно-экономической системы повлияли на фамилистический дискурс данного периода, для этого обратимся к публикациям таких женских журналов, как «Женщина», «Женское дело», «Мир женщины». Здесь важно отметить, что существенно изменился читательский адрес женских изданий, поэтому журналы стали ориентироваться на женщин разных сословий, а не только на дворянство.

Тема семьи и брака остается значимой для женской периодики, она поднимается как в художественных произведениях, так и в публицистических текстах. Например, журнал «Мир женщины» отслеживал все изменения в сфере семейно-брачных отношений со стороны нормативно-правовых постановлений, отражал их на своих страницах. Здесь выделим материалы «Законодательство о разводах» рубрики «Расширение прав женщины», «Права замужних женщин» рубрики «Женский вопрос в Гос. Думе», «Вмешательство полиции в семейные отношения» и «Поводы к разводу» рубрики «Законопроекты, касающиеся положения женщин», «Как называться разведенной?», «Редкое многоженство», «Реформа бракоразводного процесса» рубрики «Брак и развод» и др.

Изменение отношения к институту брака повлияло на то, что регулярно появляющейся на страницах журнала темой становятся проблемы свободной любви и незарегистрированных отношений. Данный вопрос является весьма дискуссионным, редакция активно привлекает к его обсуждению как читателей, так и авторов. Например, в материале «"Современная Красная горка"» Н.А. Скворцова говорится о том, что подобные практики приводят к различным отклонениям, которые не являются нормальными для психики человека, автор представляет свой взгляд на обозначенную проблему: *«...эти стремления в сторону свободной любви, при хаосе понятий, допускающих одновременно уживаться всевозможным пережиткам от средневековых нравов до нравов модернизма последних дней включительно, не могут выливаться в нормальные*

формы, наоборот, они неизбежно обречены уклоняться на путь всевозможных аномалий»²¹¹. Схожие вопросы поднимаются и в отчете Мар. Г. «Женщина и любовь», который посвящен одноименной встрече в рамках работы литературно-художественного кружка. Докладчики дискутировали по поводу обозначенной проблемы, каждый предлагал свое видение роли женщины и мужчины в выстраивании отношений.

Эта же тема присутствовала и в рубрике «Нравственное воспитание», в ней была опубликована серия писем врача к младшей сестре под названием «Из связки старых писем». Автор ратует за крепкую семью и традиционный брачный союз: *«...люди вступают в брак, чтобы, любя, заботиться друг о друге до самой смерти, утешать один другого во всяких печалях, а также чтобы рождать детей и воспитать из них хороших людей. Такой союз, духовный и телесный, бывает святым и прекрасным»*²¹². В противовес этому представлены отношения людей, которые выстроены на следовании половому инстинкту, такой союз будет скоротечным, он может принести много проблем и сложностей.

Большинство публикаций продолжают поддерживать ценности брака и супружества, тем не менее можно отметить изменение отношений к данному социальному институту в обществе: это связано и с увеличением числа людей, предпочитающих свободные отношения, и с трансформацией мотивов вступления в брак. Так, в № 3 журнала «Женщина» за 1914 год публикуется юмористический рассказ Тэффи «Потаповна», в котором показано сватовство как способ улучшения материального положения за счет заключения брака с возрастным партнером. Комичности добавляет то, что оба потенциальных супруга мечтают обогатиться и быстрее стать вдовцами, их встречи – это анализ и размышления о болезнях друг друга и размере капитала. Заканчивается

²¹¹ Скворцов Н.А. Современная «Красная горка» // Мир женщины. 1913. № 9-10. С. 5.

²¹² В.К-вич. Из связки старых писем // Мир женщины. 1915. № 7-8. С. 12.

рассказ восклицанием сомневающейся невесты: *«Ни за что он не помрет! Вот тебе и радость! Вот тебе и свадьба!»*²¹³.

Публиковались в журналах и аналитические материалы, которые показывали трансформации института семьи, так большой резонанс вызвала статья издания «Женское дело» Б. Эль «Экономический фактор в браке», автор оперирует статистическими данными, показывающими изменения материального достатка холостых людей и тех, кто относится к категории семейных. К вопросам экономической зависимости приходит и Ф. Лянды в публикации «Женщина и кухня»; несмотря на то, что труд домохозяйки – кропотливая и выматывающая работа, женщина не получает за нее жалования, следовательно, она находится в материальной зависимости от супруга. То есть проблемы взаимоотношений между супругами и вопросы брака в данный период были актуализированы редакцией журнала. Женская пресса ратовала за совершение революции в семейной жизни, устранив тем самым зависимость женщины и предоставив ей наравне с мужчинами одинаковые права.

Фамилистический дискурс женской периодики конца XIX – начала XX века фиксирует изменения ценностных ориентиров социума. Ценности родства перестают быть значимыми и первичными, это связано с тем, что для буржуазной и пролетарской семей вопросы происхождения и известности рода не имеют существенной роли. Но брачные союзы, построенные на любви, подчеркивают важность чувственно-эмоциональных отношений в браке, поэтому на первый план выступают ценности супружества: доверие и взаимопонимание, уважение и любовь, поддержка и равенство.

Семья – это прежде всего домашний очаг, который поможет отвлечься от проблем и трудностей повседневной жизни; женская периодика увеличивает число публикаций, посвященных бытовым вопросам, домоводству. В журнале «Женщина» вопросы ведения домашнего хозяйства нашли отражение в таких рубриках, как «Комнатное цветоводство», «Рукоделия», «Дом и хозяйство»,

²¹³ Тэффи. Потапова // Женщина. 1914. № 3. С. 5.

«Детские моды». В них предлагаются не только выкройки и рецепты, но и информация, позволяющая женщине идти в ногу со временем: это могут быть фотографии модных интерьеров, новинки на кухне и мн.др. В более прогрессивном для своего времени издании «Мир женщины» вопросы ведения домашнего хозяйства также освещались на регулярной основе. Многие рубрики по домоводству были сезонными, например, «К Масленице», «Рецепты холодных супов: сезонные новинки», «Красивое блюдо для пасхального стола», «Сезон варений», но были и регулярные: «Отдел практических рукоделий», «Кройка и шитье», «Отдел практических дамских моделей», «Отдел практических детских моделей», «Почтовый ящик».

Именно в последней рубрике были представлены рекомендации читательниц по решению бытовых вопросов, присланные в письмах: «Как зажарить рябчика красиво и вкусно» подписчицы К. Васильевой из Пензы, «Как поправить кислое варенье» подписчицы Е. Бабушкиной из Рязани, «Как приготовить тянучки» читательницы Н.П. из Москвы, «Чем очищать деревянную мебель» госпожи Андреевской из Спасска, «Можно ли поправить слегка спаленное белье» подписчицы Z. из Козлова. Иногда в данной рубрике появлялись и редакционные материалы, которые отвечали на вопросы читательниц. Так, в № 2 за 1913 год был размещен фоторепортаж с пояснениями, как купать новорожденного ребенка (Приложение 2.1).

Важность умения женщины самостоятельно управляться с домашним хозяйством подчеркивалась редакцией, например, в № 20 от 1913 года был размещен фоторепортаж с курсов, организованных Е.В. Понамаревой, которые получили название «Первая городская школа домоводства и кулинарного искусства» (Приложение 2.2).

Для дореволюционных женских изданий начала XIX века подобное освещение бытовых аспектов было неприемлемым, изменение медиаповестки журналов обусловлено расширением читательской аудитории и теми процессами, которые происходили в дворянских семьях: в условиях финансового кризиса многие были вынуждены распустить слуг, поэтому

вопросы ведения хозяйства для представительниц высшего сословия актуализировались, женская периодика помогала решить возникшие затруднения.

Ценности родительства в медиадискурсе также нашли отражение. В конце XIX века родительский авторитет оставался весьма значительным, что определялось финансовой несостоятельностью подрастающего поколения. Во многих семьях решающее слово оставалось за отцом, когда речь шла о вступлении детей в брак, но постепенно отношения старшего и младшего поколений трансформировались в сторону большей свободы и независимости детей. Фамилистический медиадискурс постепенно наполнялся публикациями, популяризирующими ценности родительства. В купеческих и дворянских семьях этого периода матери начали уделять достаточное количество времени вопросам образования и досуга детей.

Теме ухода за новорожденными и вопросам воспитания посвящены некоторые отделы издания «Мир женщины», например, рубрика «Уход за грудными детьми», в ней рассказывается не только о физиологических особенностях новорожденного, но и о специфике кормления, купания, гигиенических процедур. Схожие вопросы поднимаются в аналитической статье А. Келлера «Естественное питание ребенка», она представляет собой развернутое объяснение специфики лактационных процессов, рассказывает о режиме кормлений, о сроках грудного вскармливания, о первом прикорме ребенка. Много публикаций посвящено вопросам физического и нравственного воспитания подрастающего поколения, например, статьи «Какие книги подарить детям на Пасху?» Л.З., «К вопросу о физическом воспитании» Одной из матерей, «Комнатная гимнастика для детей» доктора А.Т. Мэллера из Берлина, «Современные взгляды на вопросы воспитания» В. К-чь.

Тема охраны материнства и детства освещена в небольших информационных материалах в разных номерах журнала «Мир женщины». Чаще всего они призывают к сбору благотворительных средств в адрес некоммерческих объединений, например, таких как Совет всероссийского

попечительства об охране материнства и младенчества. Отдельно необходимо упомянуть публикации о помощи детям и женам воинов, призванных на службу. В них говорится о выплатах не только тем семьям, отцы и мужья которых ушли на войну, но даже и гражданским детям и супругам.

В каждом номере журнала «Женщина» можно встретить рубрику «Матерям о детях», в ней размещались материалы по воспитанию и организации досуга ребенка. Например, статья «Отчего дети лгут» или публикация «Детские игры и игрушки» Павловой. Также выходила регулярно рубрика «Как занять детей», в ней можно было увидеть инструкции по изготовлению набивной игрушки, поделок из желудей, театра теней и т.д.

Интересно, что даже в начале XX века редакции женских журналов проводили конкурсы детских фотографий, так, в № 4 за 1914 год были размещены «портреты детей наших подписчиц, присланные на конкурс детской красоты» (Приложение 2.1). Такая практика была распространена в женских изданиях и других исторических периодов, ее можно считать основой шерентинга, подробнее речь о данном явлении пойдет в третьей главе данного диссертационного исследования.

Теме материнства и детства уделялось достаточно большое внимание и в издании «Женское дело». Но в качественном отношении образ матери начала XX века отличается от образа предшествующих лет. Здесь мать уже выступает не только как воспитательница детей, но и как образованная женщина, которая сможет сама чему-то научить своих детей. Материалы данной темы, как правило, носили дидактическую и практическую направленность; давались полезные советы по воспитанию детей, и здесь же присутствует призыв к самообразованию и самосовершенствованию матерей²¹⁴. К этой теме можно отнести публикации «Необходимость специальных курсов для матерей» Л. Словцовой, «Вырождение России» Старого педагога, «Очерк истории

²¹⁴ Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О., Бейненсон В.А., Болдина К.А. Эволюция роли женщины в семье и общественной сфере (на примере отечественной женской периодики конца XIX - начала XXI века) // Гуманитарный вектор. 2020. № 6. Т. 15. С. 139-150.

женского образования в России» А.П. Поляк, «Воспитание девушек в Финляндии» В.Н. Исполатовой и др.

Лейтмотивом большинства публикаций «Женского дела» выступает тезис о том, что независимо от обстановки в обществе и стране, согласно концепции рассматриваемого журнала, женщина должна оставаться матерью и продолжательницей рода. В журнале появляются публикации известных педагогов того времени; даются полезные советы по воспитанию детей. Это обусловлено тем, что личное участие в воспитании и уходе даже за маленькими детьми стало распространенным и в дворянских семьях, поэтому большую популярность приобрела рубрика «Письма к матери», в которой автор под псевдонимом Эк отвечал на многочисленные вопросы молодых матерей, оставшихся без помощи гувернанток: *«Я лично нахожу, что если мать (интеллигентная, конечно) сама следит за воспитанием ребенка, то ей было бы нетрудно, даже невозможно удержаться от того, чтобы, проводя целые часы с ребенком, не начать учить его понемногу, играя учить»*²¹⁵.

Распространение эгалитарной философии в обществе способствовало тому, что индивидуальные ценности – свобода, равенство и пр. – стали превалировать над ценностями коллективными, к которым относятся ценности семьи. Все чаще в обществе звучит тема права женщины самостоятельно определять свое репродуктивное поведение, следствием данного веяния становится серия публикаций в женской периодике о репродуктивном здоровье семьи, отметим, что она освещает только проблемы прерывания беременности. В журнале «Мир женщины» можно выделить такие публикации, как «Право нерожденных» Мар. Г., «К вопросу об аборте» М. Бландовой, «Мужское и женское решение» В. Ермилова.

Статья Мар. Г. «Право нерожденных» рассказывает о выступлении с лекцией в Политехническом музее С.В. Яблоновского, который ратовал за недопустимость прерывания беременности: *«Говорят, что плод принадлежит*

²¹⁵ Эк. Письма к матери // Женское дело. 1911. № 2. С. 5.

*только матери, но надо сказать, что плод принадлежит прежде всего самому себе, а затем также и отцу. Ведь мужчина вступает в брак не только для объятий, но и для того, чтобы иметь детей, для того, чтобы осуществить здесь на земле свое бессмертие»*²¹⁶. После данного выступления разгорелась дискуссия, слушатели были не согласны с подобной позицией, многие утверждали, что *«аборты, произведенные при всех необходимых условиях, явно, а не из-за угла, вовсе не так опасны; бывают такие экономические и социальные положения, когда нельзя обвинить ни женщину, прибегающую к плодоизгнанию, ни врача, помогшего ей выйти из тяжелого положения»*²¹⁷. Заканчивается публикация обращением ко всем вступающим в брак с призывом посетить врача и предоставить будущему супругу справку об отсутствии венерических заболеваний, которые являются серьезной угрозой репродуктивному здоровью.

Статья «К вопросу об аборте» М. Бландовой поднимает сразу несколько проблем, во-первых, приводит статистику снижения заключаемых браков в столице, Петербург назван *«городом холостяков, проституток и старых дев», в нем заключается брачных союзов 5 на тысячу жителей в год»*²¹⁸. Кроме этого, в статье содержится призыв отменить статью законодательства, запрещающую аборты в стране. Подобную меру автор относит к залогом достижения человечеством лучшего будущего.

Специфика фамилистического дискурса женской периодики второй половины XIX – начала XX века определяется следующими аспектами:

– Реформаторская деятельность политических лидеров определила изменения быта дворянской семьи, а также повлияла на сам социальный институт: на смену патриархальной семье приходит семья буржуазная, трансформации испытывает и институт брака – в обществе актуализируются вопросы свободных отношений, незарегистрированных союзов, браков не

²¹⁶ Мар. Г. Право нерожденных // Мир женщины. 1914. № 5. С. 3.

²¹⁷ Там же.

²¹⁸ Бландова М. К вопросу об аборте // Мир женщины. 1914. № 10. С. 11.

династических, а основанных на любви. Снижается авторитет родителей, происходит отказ от абсолютного послушания в сторону диалога и учета мнения младшего поколения.

– **Тематика фамилистического медиадискурса** существенно расширяется в данный период, женская пресса освещает трансформацию институтов брака и семьи, приводя на своих страницах дискуссии о свободной любви, равенстве и независимости. Получает детальное освещение законодательная политика; происходит общественное обсуждение нормативно-правового акта о возможности и условиях расторжения брака. На первый план женской периодики выходит семейно-бытовой дискурс, связанный с темами домоводства, кулинарии, практических советов по воспитанию и социализации детей. Появляется тема репродуктивного выбора женщины.

– Литературный отдел по-прежнему присутствует в женской периодике, но он не является определяющим для анализа фамилистического медиадискурса. Наиболее важным является новостной отдел. Происходит **усложнение жанровой системы**, в качестве экспертов СМИ привлекаются общественные деятели, юристы, врачи, педагоги, что влияет на качество представляемой информации. Материалы имеют не только информационный и просветительский характер, периодика становится площадкой для общественных дискуссий, многие вопросы, связанные с институтом семьи, родительства и брака, обсуждаются женскими изданиями.

– **Основными аксиологическими ориентирами** можно назвать ценности супружества и родительства, воспитания и социализации детей, выстраивания гармоничных отношений в семье, основанных на принципе любви и заботы, уважения старших.

Рассмотрев специфику фамилистического дискурса женской прессы конца XIX – начала XX века, необходимо сделать вывод, что супружество и родительство – это те аксиологические ориентиры, которые активно освещаются журналами этого времени. Несмотря на существенные

преобразования в положении женщин, на новые феминистические веяния и инициативы, традиционные ценности семьи и домашнего очага сохраняются на страницах данных изданий: любые новации встречаются дискуссионно, рассматриваются их сильные и слабые стороны. Отметим, что традиционная семья в конце XIX – начале XX века начинает активно трансформироваться, эти процессы находят всестороннее освещение в СМИ обозначенного периода, ценности семейные начинают сменяться ценностями индивидуальными: свободой выбора брачного партнера, возможностью оформления развода, приоритетом свободной любви, снижением родительского авторитета. Христианские основы семейных отношений постепенно уходят в прошлое, но за счет преобладания ценностей супружества в конце дореволюционного периода воспеваются ценности эмоциональной поддержки, диалога, заботы внутри семьи.

§ 2.2. Ценности семьи в дореволюционной педагогической периодике

В педагогических журналах семейные ценности были представлены с начала выхода данного типа периодики, поскольку вопросы воспитания и просвещения подрастающего поколения затрагивали семью как социальный институт. Фамилистический дискурс педагогической прессы был не столь разнообразен, как женской печати, тем не менее он имеет свои характерные черты, которые и станут предметом анализа данного параграфа. Здесь, на наш взгляд, также необходимо обратиться и к моделям родительства, транслируемым педагогической периодикой. Под моделью родительства мы понимаем систему внутрисемейных практик, ориентированных на воспитание и социализацию детей, специфику взаимоотношений между старшими членами семьи и подрастающим поколением. Также, как и тип семьи, модель родительства определяется социокультурными условиями, она будет неодинаковой для разных исторических периодов и национальных культур. К базовым моделям родительства отнесем авторитарную, авторитетную, либеральную, индифферентную, ответственную. Трансформацию моделей

родительства проследим через анализ педагогической периодики дореволюционного периода.

2.2.1. Фамилистический дискурс педагогических журналов первой половины XIX века

Предпосылками возникновения педагогической периодики стали отдельные публикации, посвященные вопросам воспитания и образования. Можно выделить тематические материалы, которые еще во второй половине XVIII века регулярно появлялись в сатирических журналах, например, в изданиях Н.И. Новикова «Трутень» (1769-1770), «Кошелек» (1774). Идея первого педагогического отдела в журнале также принадлежит данному издателю, такой отдел появился в качестве «Прибавления к "Московским ведомостям"» (1783-1784).

На рубеже XVIII-XIX веков вопросам педагогики с акцентом на обязательное получение образования уделялось внимание такими неспециализированными изданиями, как «Санкт-Петербургский журнал» (1798) А.Ф. Бестужева и И.П. Пнина, «Вестник Европы» Н.М. Карамзина (1802-1803), «Северный вестник» (1804-1805), «Соревнователь просвещения и благотворения» (1818-1825) и др.

Но педагогическая журналистика как отдельная отрасль начинает свой отсчет с выхода специализированного издания, посвященного вопросам теории, методики и истории педагогики, таковым стал петербургский «Педагогический журнал» (1833-1834) под руководством Е.О. Гугеля, П.С. Гурьева и А.Г. Ободовского. В данном издании отстаивалась идея всеобщего народного образования, критиковался современный институт обучения. В 1834 году был основан «Журнал министерства народного просвещения», основной задачей которого стала публикация официальных циркуляров по вопросам образования, наряду с этим в издании размещались материалы по педагогике.

С середины XIX века количество наименований педагогической периодики существенно увеличилось. В 1843 году А.И. Семен начал издавать

журнал, сочетавший в себе черты альманаха для семейного чтения и педагогического издания – «Библиотека для воспитания». В 1857 году педагог А.А. Чумиков стал выпускать «Журнал для воспитания» (1857-1863), где размещались статьи К.Д. Ушинского, Н.Х. Весселя, Н.А. Добролюбова и др. В том же году начинается история «Русского педагогического вестника» Н.А. Вышнеградского (1857-1861). Примечательно, что в 1860-1861 годах журнал выходил с подзаголовком: «Журнал для воспитателей и родителей». Таким образом, постепенно закрепляется читательский адрес педагогической периодики – это педагоги и родители. Для журналистики дореволюционного периода характерна именно такая адресация педагогических журналов, что позволяет рассматривать данный тип изданий как прообраз будущих журналов для родителей, о которых пойдет речь в следующей главе диссертационного исследования.

В 1870-80-е годы продолжалось развитие педагогической журналистики, появились узконаправленные издания по методике преподавания: «Русский начальный учитель» (1880-1911) В.А. Латышева, «Русский филологический вестник» (1879-1918) М.А. Колосова, «Естествознание и география» (1896-1900) М.П. Варравы, «Журнал элементарной математики» (1884-1886) Э.К. Шпачинского и др. В 1871 году начал выпускаться журнал «Семья и школа», его идейными вдохновителями стали Е. Апрелева и Ю. Симашко.

На рубеже XIX-XX веков появились такие значимые педагогические издания, как «Вестник воспитания» (1890-1917) Е.А. Покровского и «Русская школа» (1890-1917) Я.Г. Гуревича, в них размещались не только публикации о проблемах теории и истории педагогики, но и разработки экспериментальной педагогики России и зарубежья.

Становление фамилистического дискурса педагогической периодики дореволюционного периода рассмотрим через анализ публикаций отдельных журналов, их перечень и основные характеристики представлены в таблице 7.

Табл. 7. Эмпирическая база исследования педагогической прессы дореволюционного периода

Название издания	Годы выхода	Издатель / редактор	Тип издания	Примечания
первая половина XIX века				
«Библиотека для воспитания»	1843 – 1846	А.И. Семен	сочетание альманаха для семейного чтения и педагогического журнала	В издании чередовались два отдела – литературно-художественный с публикациями для чтения в кругу семьи, тщательно подобранной литературой, и педагогический, адресованный профессиональному сообществу, где были систематизированы методические советы по преподавательской и воспитательной деятельности.
вторая половина XIX – начало XX века				
«Энциклопедия семейного воспитания и обучения»	1898 – 1910	П.Ф. Каптерев	сборник «Родительского кружка», состоящий из 59 выпусков	Из первого выпуска: «Энциклопедия эта, обнимая, по возможности, все вопросы воспитания и обучения детей, преимущественно дошкольного возраста, будет выходить отдельными выпусками, заключающими в себя одну или две законченные статьи по известному вопросу. При составлении статей преследуются две цели: строгая научность содержания и общедоступность изложения».
«На помощь матерям»	1894 – 1904	А.П. Пешкова-Толиверова	педагогический журнал	Редакцией обозначались следующие отделы: I отдел – помещались материалы

		и В.П. Воленс		разной направленности: статьи о воспитании и образовании детей, практические советы по уходу за детьми, описания физических упражнений и др.; II отдел – «Разные известия», где можно было найти информацию о женском движении и достижениях зарубежных современниц в борьбе за равноправие; III отдел – «Библиография», здесь давались рекомендации в выборе педагогической и детской литературы.

Обратимся к анализу журнала «Библиотека для воспитания». Здесь можно увидеть явный дуализм в обозначении читательского адреса: это родители с детьми и педагоги. Важно, что для разных читательских адресов выходили отдельные книжки журнала, от этого страдала периодичность, она не была четко обозначена. Педагогический отдел данного издания был обращен как к учителям, так и к родителям, статьи П.М. Перевлесского «О пуризме в чтении писателей с юношеством», Ф.И. Буслаева «О преподавании отечественного языка» и «О воспитании в начальном обучении русскому языку», В.Ф. Одоевского «Опыт преподавания азбуки и других предметов, входящих в состав первоначального обучения», П.Г. Редкина «Об изучении новых языков» и «На чем должна основываться наука воспитания?» изобиливали философскими рассуждениями о природе просвещения и образования, методических рекомендаций здесь было гораздо меньше.

Отметим, что практически в каждом материале присутствовала связка «родитель – педагог», в семье закладываются основы знаний, педагоги их расширяют и углубляют. Например, это наглядно представлено в статье Ф.И. Буслаева «О воспитании в начальном обучении русскому языку»: «чтение

*предшествует науке и составляет естественный переход от первоначальных впечатлений дитяти, приобретенных в кругу семейства, к систематическому знанию»*²¹⁹. Родитель должен не только дать ребенку жизнь, но и позаботиться о его просвещении, социализации, способствовать получению достойного образования. Родительский авторитет в этот период был очень высоким, он базировался на религиозном укладе жизни и национальных традициях, которые требовали почитать старшее поколение, следовать воле отца и матери. Поэтому ребенок должен принять тот образовательный вектор, который для него наметили родители.

В качестве программной статьи можно выделить публикацию П.Г. Редкина «На чем должна основываться наука воспитания», в которой автор излагает свои взгляды на педагогическую деятельность, на необходимость формирования педагогики как науки, и в ней также лейтмотивом проходит связка родитель – воспитатель – педагог: *«Педагогика имеет своим предметом все то, что служит к возвышению человека, посредством воспитания, на ступень, сообразную его сущности. Как редко об этом помышляют родители, воспитатели и наставники»*²²⁰.

Взаимодействие родителя и педагога позволяет взрастить гармоничную личность, поскольку первый отвечает за морально-нравственные основы социализации, второй – за уровень знаний: *«Основываясь на опыте, можем уверить, что план воспитания, здесь представленный, которому мы постоянно следовали, в общественном воспитании приготовить детям блестящие успехи, в домашнем – наградить счастливым результатом заботы и попечения родителей»*²²¹. Редакция порицает старших членов семьи, которые не вкладываются в образование своих детей, считая, что при достижении определенного возраста они отправят наследника в общественное учреждение,

²¹⁹ Буслаев Ф.И. О воспитании в начальном обучении русскому языку // Библиотека для воспитания. 1845. Ч. 1. Отд. 2. С. 13.

²²⁰ Редкин П.Г. На чем должна основываться наука воспитания // Библиотека для воспитания. 1846. Ч. 3. Отд. 2. С. 11-12.

²²¹ О воспитании общественном и частном // Библиотека для воспитания. 1844. Ч. 1. Отд. 1. С. 71.

где ему будут даны необходимые знания. Просвещенный человек, как объясняют авторы статьи «О воспитании общественном и частном», – это личность, которая формируется с рождения, сначала семья должна заложить в нее свои постулаты, а затем и педагоги на подготовленную основу помещают необходимые теоретические знания и практические навыки.

Основными ценностями, тиражируемыми данным изданием, являются ценности воспитания и социализации, которые должны прививаться родителями. Это кажется несколько нетипичным для середины XIX века, поскольку основной читательский адрес специализированной периодики – дворянские семьи. В изучаемый период развит институт гувернерства: зажиточные семьи имеют возможность выписать из-за границы учителя, который будет заниматься с подрастающим поколением. Другой вариант образования молодого дворянина – это интернатное учреждение. Родители редко участвовали в воспитании и просвещении детей. Поэтому обращение редакции «Библиотеки для воспитания» именно к родителям здесь выглядит неожиданным. Тем не менее, авторы журнала выражают позицию, что именно отец должен определять образовательную программу своих детей: *«Пока образованные люди будут почитать необходимо иметь некоторое понятие о языках ученых, каждый отец сочтет долгом включить их изучение в систему воспитания сына своего»*²²². А, если возраст детей не позволяет начать систематические занятия с учителем, то родители должны взять процесс раннего образования на себя, как показывает практика, тогда успехи ребенка будут очевидными: *«взял однажды пятилетнюю дочь свою на колени и растолковал ей сущность глаголов, именительных имен и местоимений. <...> Девочка тотчас указала их, и этот первый урок не оставил в ее памяти никакого неприятного впечатления»*²²³. Обращение к матерям как к педагогам и воспитателям для данного журнала не характерно, только в конце XIX века за

²²² О грамматике и науках классических // Библиотека для воспитания. 1844. Ч. 1. Отд. 1. С. 3.

²²³ Там же. С. 9.

женщиной закрепится право получить образование и стать учителем для своих детей.

Модель родительства, которая была типична для данного периода, – авторитарная, ее определяют высокая степень контроля взрослыми детей, отстраненные отношения, безукоснительное исполнение требований и просьб старшего поколения. Тем не менее, дети не чувствовали себя одиноко: несмотря на высокий процент младенческой смертности, многие семьи были многодетными, иногда дворянские семьи принимали к себе воспитанников, чтобы помочь нуждающимся родственникам и обеспечить своему ребенку сверстника-компаньона для досуга и обучения. Тема отношений родителей и детей в журнале показана опосредовано, «Библиотека для воспитания» выходила в середине XIX века, в это время авторитет родителей остается еще очень высоким, семейные ценности преобладают над индивидуальными, но в отдельных семьях все чаще наследники получают право голоса, выбора своего пути и призвания. Общение взрослых и детей было регулярным, этому способствовали семейные обеды и ужины, путешествия, в большинстве семей в качестве совместного досуга практиковали чтение.

Ценности семейного чтения отражены в публикации П.М. Перевлесского «О пуризме в чтении писателей с юношеством», автор называет пуристами тех родителей и воспитателей, которые в качестве материала для совместного чтения выбирают исключительно детскую литературу. Он ратует за включение произведений русских классиков: А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова, Н.В. Гоголя в подборку литературы для детей от десяти лет. Именно родители должны подбирать литературу для совместного чтения, чтобы через художественные тексты дети могли усваивать ценности морали, нравственно-религиозные постулаты, напиться знаниями. Не случайно «Библиотека для воспитания» позиционировала себя как альманах для семейного чтения и педагогический журнал, редакция подходила к формированию рекомендательной библиографии для своих читателей крайне тщательно.

Фамилистический дискурс педагогической периодики начала XIX века отличался следующими особенностями:

– Религиозный уклад жизни определял систему ценностей дворянской семьи: родительский авторитет, послушание детей, традиционные устои. Для данного периода характерна авторитарная модель родительства, которая определяла взаимоотношения поколений.

– **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического дискурса педагогической периодики определены спецификой читательского адреса: связкой «родители-педагоги». Журналы данного типа имели разные отделы: литературный и педагогический, если первый состоял из художественных произведений и рекомендательной библиографии, то второй содержал дидактические переводы, рецензии и рассуждения авторитетных деятелей в вопросах образования и воспитания детей. Основные темы: социализация и развитие подрастающего поколения, нравственная природа обучения, методика преподавания отдельных дисциплин, роль родителей в педагогическом процессе.

– Педагогический отдел журналов данного типа **не отличался жанровым разнообразием**, в основном представлял собой переводы и оригинальные тексты из известных трактатов, посвященных вопросам образования и воспитания. Также здесь публиковались размышления известных общественных деятелей и педагогов о природе воспитательного процесса, эффективных методиках и пр. Целью подобных материалов являлось просвещение родительского и профессионального сообществ.

– **К аксиологическим доминантам** фамилистического медиадискурса отнесем следующие: ценности родительства – воспитания и социализации, совместного времяпрепровождения – семейного чтения, значимости роли отца в выборе образования и жизненного пути ребенка.

Важно подчеркнуть, что педагогические журналы начала XIX века практически не содержали публикаций, характерных для современных изданий

для родителей. Они преимущественно состояли из художественных текстов, ориентированных на практику семейного чтения, дидактические советы и публикации методических отделов были адресованы, в первую очередь, педагогам, но родители должны отвечать за процесс образования подрастающего поколения, поэтому редакции периодических изданий их также обозначали как читательский адрес. Фамилистический дискурс педагогических изданий начала XIX века определялся ценностями родительства: главными ориентирами становятся ценности образования и социализации, ценности общения – совместного досуга. В отличие от женской периодики наибольшее значение приобретают ценности экзистенциальные (забота, здоровье детей) и социализационные (векторы воспитания, ценностно-смысловые ориентиры), а не репродуктивные.

2.2.2. Специфика репрезентации семейных ценностей педагогической периодикой второй половины XIX – начала XX века

Рассмотрим педагогическую периодику более позднего времени. На рубеже XIX – начала XX веков издавался журнал педагогической направленности, читательским адресом которого были не педагоги, а родители, это издание «На помощь матерям». Программа журнала, размещенная на его титуле, сообщала: *«рассмотрение вопросов, относящихся к воспитанию и образованию детей. Практические указания и советы по уходу, воспитанию и обучению детей. Обзор игр, физических упражнений, образовательных прогулок. Обзор выдающихся книг по воспитанию и чтению. Отчеты о деятельности женских обществ у нас и за границей, а также отчеты о лекциях и докладах, читаемых на различных собраниях и кружках и пр.»*²²⁴.

В авторский корпус журнала входили педагоги, врачи, общественные деятели, поэтому основными темами публикаций были работа детских учреждений, функционирование кружков для родителей, советы по питанию и уходу за подрастающим поколением, рекомендательная библиография по

²²⁴ Программа издания // На помощь матерям. 1898. № 5. С. 1.

педагогике и семейному чтению. По своему содержательному направлению издание было схожим с женскими журналами, что было обусловлено общностью читательского адреса. Журнал «На помощь матерям» откликался на социально-политическую повестку, поэтому значительное число публикаций были посвящены изменившемуся положению женщины в обществе. И хотя отголоски дискуссий о том, что образование женщины должно быть ограничено тем, чтобы из нее получилась хорошая хозяйка и мать, уже остались в прошлом, издание с осторожностью подходит к проблемам женской эмансипации, поскольку редакция считает, что это разрушает устои семьи, нивелирует традиционные ценности.

Противоречивость информационной политики журнала заключалась в том, что редакция освещала вопросы феминизации и развития женских движений за рубежом, в издании действовал отдел «Разные известия», который транслировал западный опыт в решении проблем социального равенства, прежде всего, в вопросах получения гражданских прав и образования. Но наряду с интересом к вопросам феминизации «На помощь матерям» транслирует важность реализации женщины в сфере материнства: рождения и воспитания детей. Ценности родительства в издании являются преобладающими. Таким образом, редакция пыталась примирить консервативные, радикальные и демократические взгляды на положение женщины в обществе.

В издании также обсуждается вопрос о свободных браках, о возможных разводах, подобные материалы отличаются деликатностью и мягкостью подачи, примером может служить небольшая информационная хроника «Слухи о разрешении супругам отдельного вида на жительство». Но они отражали тенденции времени, не являясь центральными в медиаповестке. Девальвации ценностей супружества такие публикации не касались.

Ценности материнского воспитания неразрывно связаны в отечественной педагогической мысли с дискуссиями о положении женщины в обществе, ее образовании, роли и предназначении. Поэтому тематическим приоритетом

издания выступают проблемы женского образования, это связано с тем, что женщина должна быть воспитателем своих детей, следовательно, и уровень ее знаний, и кругозор должны быть значительными, данный вопрос отражен в статьях «О значении пола учащихся в деле образования их», «О необходимости юридических познаний для женщин», «Несколько слов против современной постановки женского образования», «Женское медицинское образование» и др. Для современницы важно постоянно совершенствоваться, идти в ногу со временем, поэтому отдел библиографии в журнале ориентирован не только на детей, но и на взрослых. Он представлял несомненную ценность, как и литературный отдел, так как включал подборку изданий для чтения в кругу семьи, то есть актуализировал вопрос значимости семейного чтения как досуговой формы коммуникации.

Фамилистический дискурс данного журнала также складывается из публикаций, транслирующих ценности родительства, материнства. Как и в предыдущем издании, вопросы репродуктивных ценностей практически не поднимаются, более значимыми являются ценности социализации и воспитания. Материнство показано как главный удел женщины, так как от ее вклада в становление личности ребенка зависит его будущее. Акцент здесь сделан на синкретизме духовного и физического воспитания детей: *«Воспитывая детей, мы должны преследовать не одни только идеальные цели, а также и цели физического и нравственного усовершенствования, стараться развить в детях навыки и привычки, которые не мешали, а напротив облегчили бы им жизнь или вернее содействовали бы их сближению с людьми»*.²²⁵

Экзистенциальные ценности родительства, связанные с бытовыми вопросами, режимом дня, заботой о подрастающем поколении отражены в публикациях журнала «Гигиена сна», «Домашняя помощь учащимся», «О новом способе изучения иностранных языков» Е. Литвиновой, «О лени», «Потребность в деятельности. Ленъ и скука детей» К. Ельницкого. Значимой

²²⁵ Литвинова Е. Из наблюдений над детьми. Гигиена самолюбия // На помощь матерям. 1902. № 3. С. 12.

проблемой является и психологическое здоровье детей – в течение нескольких месяцев публиковалась серия материалов доктора М. Волковой «Что нужно делать для укрепления нервов наших девочек и девушек?», духовное воспитание подрастающего поколения рассмотрено в статьях Е. Литвиновой «Нравственное воспитание в текущей педагогической литературе» и П. Куца «Обзор педагогических сочинений для матерей». Вопросы ухода за новорожденными, их питанием также были характерны для данного издания, например, публикации «Об искусственном вскармливании», «О гигиене грудных детей» и т.п.

Отдельно отметим материалы журнала, которые диссонировали с общим содержанием, показывая пороки института семьи. Так, в № 5 от 1898 года была опубликована статья М. Паскевич «Борьба с алкоголизмом», которая показывает разрушительную роль зависимости в жизни семьи. Еще одним проблемным материалом следует считать статью А. Редкина «Защита детей (от Отдела защиты детей от жестокого обращения)», в ней поднимался вопрос о семейном насилии в отношении детей. Дело в том, что на рубеже XIX–XX веков по-прежнему превалирует модель авторитарного родительства, где сильна власть старших над детьми, что часто приводит к случаям насилия в семье. Постепенно начинает свое становление индифферентная модель родительства, для которой характерны эмоциональная холодность и закрытость взрослых членов семьи и низкий уровень контроля подрастающего поколения, журнал «На помощь матерям» придерживался модели авторитарного родительства, женщина-современница, показанная на его страницах не была отчужденной от детей и вопросов воспитания, она была той значимой силой, которая определяла будущее своей семьи, но домашнее насилие редакция решительно осуждала.

Проанализировав педагогические издания «Библиотека для воспитания» и «На помощь матерям», можно сделать вывод, что утвердился читательский адрес данного типа изданий: родители и педагоги. Публикациями, адресованными педагогам, фамилистический дискурс практически не

формируется, но он наполняется теми материалами, которые ориентированы на родителей, там семейные ценности являются главенствующими.

Третьим изданием, рассмотренным в рамках данного параграфа, станет «Энциклопедия семейного воспитания и обучения» под редакцией П.Ф. Каптерева. Авторами данной энциклопедии стали известные врачи, педагоги, литераторы и исследователи, которые являются специалистами в вопросах детского воспитания и здоровья. Идея публикации под одной обложкой работ выдающихся деятелей в сфере педагогики и образования возникла на заседаниях «Родительского кружка», который начал работу еще в 1884 году при Педагогическом музее военных учебных заведений Санкт-Петербурга.

Читательский адрес издания – это родители, так как акцент сделан на семейном воспитании дошкольников. Для конца XIX – начала XX века были характерны трансформации института семьи, а вместе с ними менялся и подход к семейному воспитанию. Отразить эволюцию в системе обучения и социализации подрастающего поколения стало одной из задач редактора П.Ф. Каптерева. Во введении к первому выпуску определяется цель издания: *«Чтобы этот двойной кризис – перестройки семьи и перемены характера семейного воспитания – совершился благополучно, нужна серьезная работа общества: ему нужно отчетливо понимать те условия, при которых оно ныне живет <...> Предпринимаемое мое издание «Энциклопедии» имеет целью облегчить обществу переживание одного момента в совершающемся кризисе – выяснение и установление задач и основ правильного семейного воспитания детей...»*²²⁶.

В «Энциклопедии семейного воспитания и обучения» были опубликованы статьи, тиражирующие ценности социализации и образования детей: «Задачи и основы семейного воспитания», «Об общественно-нравственном развитии и воспитании детей», «Основные начала семейного обучения» П.Ф. Каптерева,

²²⁶ Каптерев П.Ф. Введение. Характер и задачи «Энциклопедии семейного воспитания и обучения» // Энциклопедия семейного воспитания и обучения. 1898. Вып. 1. С. 9.

«Религиозное воспитание в семье» А.И. Маляревского, «Об умственном и нравственном развитии и воспитании детей», «Современное семейное воспитание в России» Н.В. Казмина и др.

Воспитание ребенка должно быть ориентировано на его умственное, физическое, нравственное развитие. Важно, чтобы в процессе социализации у детей были сформированы религиозные и духовно-нравственные ценности. Семья для ребенка является основным ориентиром, только благодаря взаимодействию со взрослыми происходит становление ценностного мировоззрения. В статье А.И. Маляревского «Религиозное воспитание в семье» на этом акцентируется внимание: *«Ребенок, растущий в христианской семье, дышит христианскими идеями и усваивает себе эти идеи в том виде, в каком находит их вокруг себя. Пример старших увлекающим образом действует на детские души»*²²⁷.

Именно в «Энциклопедии семейного воспитания и обучения» показаны трансформации модели авторитарного родительства, в публикациях издания говорится о том, что ребенок любого возраста – это личность, поэтому у него должны быть не только обязанности, но и права: *«к детям, даже самым маленьким, следует относиться с осмотрительностью, бережно, уважать в них человеческую личность и не нарушать права их»*²²⁸. Данное издание закладывает основы модели авторитетного родительства, которая будет реализована уже в следующем веке.

Фамилистический дискурс педагогических журналов второй половины XIX – начала XX века имеет следующую специфику:

– Изменения института семьи способствовали трансформации модели родительства: авторитарная модель, поддерживаемая ценностями патриархата, ослабевает, закладываются основы индифферентной и авторитетной моделей родительства. Актуализация вопросов женского

²²⁷ Маляревский А.И. Религиозное воспитание в семье // Энциклопедия семейного воспитания и обучения. 1899. Вып. 8. С. 8.

²²⁸ Каптерев П.Ф. Об общественном развитии и воспитании детей // Энциклопедия семейного воспитания и обучения. 1908. Вып. 56. С. 12.

образования приводит к признанию важности роли женщины в воспитании подрастающего поколения.

– **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического медиадискурса зависят от аудиторной направленности изданий, если журнал «На помощь матерям» тяготеет к женской аудитории, то «Энциклопедии семейного воспитания и обучения» является более классическим педагогическим изданием, что и определяет особенности контента каждого из них. Для первого характерны темы женского образования и эмансипации, освещается деятельность родительских кружков, бытовые вопросы: режим дня, питание, игры, совместный досуг. Для второго характерны методические советы, посвященные умственному, физическому, нравственному развитию подрастающего поколения, рекомендательная библиография для семейного чтения, ценностные основы педагогического процесса.

– **По функционально-жанровым особенностям** фамилистический дискурс педагогической периодики второй половины XIX – начала XX века также неоднороден. «Энциклопедия семейного воспитания и обучения» – это сборник статей-рекомендаций, реализованных на стыке научного стиля и публицистики, журнал «На помощь матерям» может характеризоваться как полижанровый, в нем литературное содержание перемежается новостными заметками, советами, письмами читателей. Для первого издания самым важным является выработка педагогических методик и инструментов, для второго – информирование аудитории о новостной повестке, рекреационная функция.

– **Аксиологические доминанты** педагогических журналов – это ценности родительства, особенно материнства, что проявляется в журнале «На помощь матерям». Ценности семьи, родительства, заботы, семейного общения, социализации и воспитания являются основными для «Энциклопедии семейного воспитания и обучения». Издание доносит идею о трансформации ценностно-мотивационных основ родительства: счастье заключается не только

в продолжении рода, но и в самом процессе взросления ребенка, в том, что родители передают ему свой опыт, знания и навыки.

Фамилистический дискурс педагогической периодики дореволюционного периода ориентирован на ценности родительства, но он не может игнорировать те процессы, которые происходят с институтом семьи на данном этапе, поэтому в определенный момент наиболее значимыми становятся вопросы изменения роли семьи в социализации детей, отдельно поднимается проблема участия матери в образовательном процессе, которая также претендует на роль учителя и воспитателя подрастающего поколения. Отсюда и изменения в читательском адресе педагогических журналов: они ориентированы не только на педагогов, но и на семью, в том числе отдельные педагогические издания в качестве своей аудитории указывают женщин.

В отличие от женской периодики педагогические журналы не освещают репродуктивные ценности родительства, они большее внимание уделяют ценностям экзистенциональным, связанным с заботой, бытом, питанием детей, и ценностям социализации, которые определяют стратегии воспитания, выбор образовательного и профессионального пути ребенка, базовые духовно-нравственные ориентиры. Уже в дореволюционный период можно увидеть трансформацию авторитарной модели родительства, которая в ближайшее время сменится на индифферентную и авторитетную, но это уже будет характерно для советского времени.

§ 2.3. Роль журналов для семейного чтения дореволюционного периода в сохранении ценностей семьи

Журналы для семейного чтения способствуют распространению семейных ценностей благодаря предметно-тематическим особенностям публикаций, в то же время обращение к ним обусловлено функциональной и аудиторной направленностью: они ориентированы на всех членов семьи, формируют определенное ценностное мировоззрение, их содержание является адаптированным под интересы разных возрастов, поэтому представляется

логичным отнесение данного типа периодики к фамилистическому медиадискурсу.

Несмотря на сформировавшийся читательский адрес и устоявшуюся структурно-тематическую модель, журналы для семейного чтения не получили единого определения. Например, А.С. Воронкевич²²⁹ относит к ним еженедельники семейного подтипа, в качестве основных характеристик он называет широту тематического охвата, высокие показатели тиража, ориентацию, прежде всего, на обывательскую, мещанскую аудиторию, хотя и расширяет читательский адрес от крестьянства до дворянства.

В учебном пособии С.Я. Махониной²³⁰ приводятся рассуждения сотрудника известного журнала «Нива» З. Рогозина о том, что же представляет собой журнал для семейного чтения. Важным атрибутом подобного издания является содержательный аспект, который должен отвечать интересам членов семьи разных возрастов, ключевая функция, реализуемая им – воспитательная. З. Рогозин утверждает, что «журнал для семейного чтения должен удовлетворять ум фактическим и научным содержанием, а сердце – хорошей беллетристикой»²³¹.

А.И. Рейтблат в монографии «Писать поперек: Статьи по биографике, социологии и истории литературы»²³² обозначил основные характеристики журналов для всей семьи, среди них – иллюстративность, наличие бесплатных литературных приложений, сочетание отечественной поэзии и прозы с зарубежными произведениями. Существенным атрибутом стоит считать и ориентацию на широкий читательский адрес, доступность и адаптивность текстов под разную аудиторию.

Рассмотрим и еще одну исследовательскую позицию, согласно которой журналами для семейного чтения является периодика для детей, то есть для

²²⁹ Воронкевич А.С. Иллюстративные еженедельники в России (1808-1904 гг.). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1985. 52 с.

²³⁰ Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века. М.: Флинта: Наука, 2004. 368 с.

²³¹ Там же.

²³² Рейтблат А.И. Писать поперек: Статьи по биографике, социологии и истории литературы. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 807 с.

чтения взрослыми детям. «В дореволюционной России само детское книгоиздание, с учетом подбора произведений, их перевода, иллюстрирования детской книги, ее полиграфического исполнения, в значительной степени поддерживало традицию семейного чтения»²³³, – отмечает Е.Ю. Гордеева. Таким образом, детские журналы также могут являться разновидностью изданий для семейного чтения.

Резюмируя, можно сформулировать сводное определение журнала для семейного чтения, это тип периодического издания, рассчитанный на разновозрастную читательскую аудиторию, отличающуюся разным уровнем образованности и интересов, реализующий коммуникативную, воспитательную, развлекательную, аксиологическую функции, в котором комбинируется литературно-художественное, беллетристическое содержание и общественно-политическая повестка, выражающаяся в актуальных фактах и событиях. Следовательно, в рамках данного диссертационного исследования данный тип изданий может представлять определенный интерес.

История журналов для семейного чтения начинается в XIX веке, но исследователи не пришли к единой позиции о том, какой журнал стоит считать родоначальником данного типа изданий. Например, можно выделить точку зрения А.И. Рейтблата, который называл первым периодическим изданием для семейного чтения журнал «Всемирная иллюстрация» Германа Гоппе (1869-1898). Демократичность издания проявлялась прежде всего в доступности, так как его цена оставалась низкой, поэтому журнал могли позволить себе даже семьи с невысоким доходом. По мнению исследователя, именно Г. Гоппе удалось привлечь к чтению широкую читательскую аудиторию, которую составили представители провинциальной интеллигенции, сельское духовенство, чиновники низких и средних рангов, мещане и купечество.

²³³ Гордеева Е.Ю. Детская литература в России на рубеже XIX-XX веков (по материалам «Известий книжных магазинов Товарищества М.О. Вольф») // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. 2013. № 4 (2). С. 207.

Иная точка зрения на историю появления первого журнала для семейного чтения отражена в универсальной научно-популярной онлайн-энциклопедии «Кругосвет». Здесь в качестве первооткрывателя данного направления выступает санкт-петербургский журнал «Живописное обозрение» (1872-1905). Отметим, что журнал менял не только редакторов, но и название. Сначала он выходил под заглавием «Живописное обозрение стран света», его ведущей миссией под руководством Н.И. Зуева стало освещение открытий в сфере исторических и естественных наук. Иллюстрированность, энциклопедичность, качественное содержание, литературные вкладки – это отличительные черты данного издания. Впоследствии журнал несколько модифицирует изначальный вектор, меняется главный редактор, а с ним и концепция издания. Под руководством Д.А. Карч-Карчевского журнал называется «Живописное обозрение: Еженедельный иллюстрированный журнал», акцент сделан на графических характеристиках издания. В журнале расширилось литературное содержание, многие материалы были адаптированы под разновозрастную аудиторию, выпуски включали вкладки с репродукциями картин известных художников, появляются жанры обзора литературы, рецензии, искусствоведческие материалы. Что касается литературного отдела, то в нем публиковались преимущественно произведения зарубежных авторов, тем не менее, в отдельных номерах можно увидеть и российскую прозу, и даже русские народные сказки. Отметим, что содержательно-тематическая модель издания определялась наличием таких отделов как «Биографии», «Политика и современные политические события», «Хроника общественной жизни». В качестве материалов для семейного чтения можно было использовать публикации отделов «Беллетристика», «Критика и библиография», «Театр и музыка», «География и этнография», «Геральдика», «Архитектура, живопись, скульптура», «История и археология».

Самой распространенной исследовательской точкой зрения на природу первого журнала для семейного чтения является та, что родоначальником данного типа изданий выступает журнал «Нива» (1869-1918). Именно в нем

впервые были систематизированы характеристики изданий для семейного чтения, это было сделано в передовой статье № 50 от 1904 года: *«идеал, который преследует семейный журнал, сознающий все значение своей просветительской миссии, заключается в том, чтобы заурядная семья, <...> выбрав себе один орган общения с отечественной и мировой жизнью, находила в нем настолько солидную пищу, чтобы не отощать, от современности не отстать и в то же время не терять и понимания вечных начал этики и красоты. <...> Хорош тот семейный журнал, в котором каждый находит «свое» и в то же время расширяет свой кругозор, область того, что возбуждает его любопытство и участие»*²³⁴.

Отличительными чертами журнала «Нива», которые потом будут детально воспроизводить его последователи, становятся энциклопедизм, увлекательность содержания, широкий тематический спектр, хороший слог, иллюстративность и невысокая цена. Материалы новостного содержания дополнялись иллюстрациями – до начала XX века преимущественно гравюрами, затем фотоиллюстрациями.

Во второй половине XVIII века также начинают выходить издания, в качестве читательского адреса которых значится детская аудитория. Первым детским журналом на отечественном рынке является «Детское чтение для сердца и разума» (1785-1789), издателем выступал Н.И. Новиков. Тексты детских журналов второй половины XVIII – середины XIX веков были минимальным образом адаптированы под специфику аудитории, подразумевалось, что именно старшее поколение будет знакомить с ними детей. В конце XVIII – середине XIX веков выходят и другие детские журналы: «Друг юношества и всяких лет» (1807-1815) М.И. Невзорова, «Новое детское чтение» (1818-1824) С.Н. Глинки, «Звездочка» (1842-1863) и «Лучи» (1850-1860) А.О. Ишимовой, «Задушевное слово» (1877-1918) М.О. Вольфа и т.д.

²³⁴ Рогозин З. Передовая // Нива. 1904. № 50. С. 10-45.

В дореволюционный период происходит зарождение и окончательное формирование журналов для семейного чтения как типа издания. Отметим наиболее известные из них: «Библиотека для чтения» (1834-1865) А.Ф. Смирдина, «Семейный круг» (1859-1860) А. Станюковича, «Север» (1888-1914) В.С. Соловьева, «Семейные вечера» (1864-1892) М.Ф. Ростовской и В.Н. Майкова, «Родина» (1879-1917) В.А. Захарова и др.

Для анализа фамилистического дискурса журналов для семейного чтения дореволюционного периода рассмотрим публикации отдельных изданий, их перечень и основные характеристики представлены в таблице 8.

Табл. 8. Эмпирическая база исследования журналов для семейного чтения дореволюционного периода

Название издания	Годы выхода	Издатель / редактор	Тип издания	Примечания
журнал для всей семьи				
«Нива»	1869 – 1918	А.Ф. Маркс	иллюстрированный журнал для семейного чтения	Авторов издания можно условно разделить на две группы: это литераторы, поэты, писатели, общественные деятели, которым принадлежат крупные произведения, стихотворения и другие публикации в отделе беллетристики: В.И. Немирович-Данченко, Я.П. Полонский, П.П. Гнедич и др. И вторая группа – это журналисты-публицисты, пишущие на актуальные темы: Г., Гр., В. Баскин, М.Б., И. Эйзен. Отдельно стоит выделить художников, репродукции их картин публиковались на страницах «Нивы», среди

				них Е.М. Бем, С.С. Соломко, Е.П. Самокиш-Судковская, Н.Н. Каразин, Л.О. Пастернак, И.Э. Грабарь, И.Н. Павлов и др.
журнал для чтения взрослыми детям				
«Задушевное слово»	1877 – 1918	«Товарищество М.О. Вольф»	детский журнал / журнал для семейного чтения	М.О. Вольф планировал превратить журнал в полноценное издание для разновозрастных групп, систематизировать материал таким образом, чтобы функционировали отделы, рассчитанные на определенную аудиторию: для детей от 5 до 8 лет; для детей от 7 до 12 лет; для юношества; для взрослых. Подобная задумка так и не была в полной мере реализована, но журнал «Задушевное слово» вошел в историю отечественной журналистики как популярное иллюстрированное детское издание, отличающееся разноплановым содержанием: помимо беллетристики в нем публиковались статьи познавательного характера, очерки на исторические темы, песни с нотами, сопровождалось это многочисленными

				авторскими иллюстрациями.

2.3.1. Фамилистический дискурс журналов для чтения всей семьи

Журнал «Нива» снискал небывалый ранее интерес аудитории: через несколько лет после начала выхода его тираж достиг 200 тысяч экземпляров, заслуга издателя А.Ф. Маркса заключалась в том, что он успешно удовлетворял интересы разнообразных аудиторных групп, отсюда и широта содержания: в издании гармонично сосуществовали актуальные новостные материалы о событиях в самых разных областях общественной жизни с беллетристическими материалами, ориентированными на самый взыскательный вкус. В первый год выпуска число подписчиков «Нивы» составляло девять тысяч человек, а впоследствии аудитория издания неукоснительно росла, по мнению Е.Ю. Пушкарской, «немаловажную роль в этом процессе сыграла низкая, а поэтому доступная разным слоям общества, цена. Кроме того, на популярность журнала повлияла грамотно выстроенная концепция издания. С первых номеров его направленность, структура и оформление не менялись на протяжении долгого времени»²³⁵. Растущая популярность была обусловлена и особым интересом аудитории к подобному содержанию. Информационные, эстетические, художественные потребности читателей редакция старалась учитывать при подборе публикаций. Уже в первом номере был обозначен читательский адрес: *«Приступая к изданию нашего журнала, мы прежде всего должны определить его характер, как журнала, предназначенного для семейного чтения»*²³⁶.

Четкой рубрики в издании не было, но была устойчивая схема расположения материалов. Основное место на страницах журнала «Нива» занимали художественные произведения, которые составляли так называемый «литературный отдел»: это были повести, портреты, очерки, стихотворения,

²³⁵ Пушкарская Е.Ю. Значение иллюстрации на страницах журнала «Нива» // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2010. № 3. С. 132.

²³⁶ Приступая к изданию нашего журнала... // Нива. Анонс журнала. 1870. № 1. С.1.

рассказы, сказки, предания, воспоминания, этюды, романы, письма. Крупные произведения публиковались с пометкой о продолжении в следующем номере, что способствовало увеличению интереса читателя.

Помимо литературного, можно выделить некоторые отделы, которые были постоянными: «К рисункам», «Политическое обозрение», «Разные известия», «Смесь». Кроме этого, в «Ниве» были и нерегулярно появляющиеся отделы, среди них «Библиография», «Искусство».

Кроме литературных произведений, в журнале регулярно размещались исторические, научно-популярные и юбилейные очерки, книжные обозрения, публиковались материалы для досуговой деятельности всей семьи: шарады, ребусы, юмористические истории. В каждом номере размещались репродукции картин русских и иностранных художников, а также краткий анализ этих изображений. Помимо репродукций печатались графические изображения, фотографии. В качестве приложений выходили хромофотографии и олеографии. Журнал «Нива» известен своими многочисленными бесплатными приложениями, это и сборник выкроек и чертежей «Парижские моды», и собрания произведений классиков «Сборник Нивы», сборник литературоведческих статей «Ежемесячные литературные и научно-популярные приложения» и др.

Ценности родительства и супружества в журнале для семейного чтения представлены не только в художественных текстах, но и в публицистике. Жанровое своеобразие издания, определяющееся доминированием не только художественно-публицистических, но и информационных жанров, позволяет читательской аудитории представить себе быт, традиции, нравы и обычаи того периода, особенности политической ситуации как в России, так и во всем мире.

Одним из значимых вопросов, поднимаемых редакцией журнала, становится изменение положения женщины в обществе, что отражается и на институте семьи. П. Щебальский в № 21 от 1870 года публикует размышление «Библиографическая редкость. По поводу женского вопроса». Поводом для написания материала становятся дискуссии по проблемам женской

эмансипации, а также сочинение Дж. С. Милля *Subjection of women*. Автор пишет, что поднятый данным трудом ажиотаж не стоит считать значимым, поскольку работы, посвященные воспеванию женщины, уже были представлены широкой аудитории, например, в 1784 году была издана книга «О благородстве и преимуществах женского пола» Г.К. Агриппы. П. Щебальский анализирует содержание более раннего сочинения, описывающего достоинства женщин и их нравственное превосходство перед мужчинами. Далее же он делает вывод о том, что со временем в обществе женщины утратили свое преимущество: *«Но как мужчины тиранически, в противность божеского права и законов естественных, взяли вверх, то данная женом свобода несправедливыми уже законами отъемлется, истребляется обыкновением и употреблением, и воспитанием вовсе погибает»*²³⁷. Далее показана специфика воспитания женщины в стенах дома, где ее обучают рукоделию и домашнему хозяйству, после вступления в брак из-за ревности супруга ей уготавливается монашеская участь, женщина не может представлять свои права ни в судах, ни в церкви, ни в обществе, резюмирует автор.

На рубеже XIX-XX веков эта тема актуализируется, появляются материалы о женском образовании, о профессиональной реализации женщин, но все же ее традиционные роли – хозяйки и матери – редакция продолжает поддерживать. Например, в очерке В. Крылова «Женские сельскохозяйственные курсы в Москве» № 31 от 1900 года говорится, что *«женщина испокон веков хозяйка в своей семье. Поэтому применение распорядительности женщины, ее внимательности, терпеливости, упорства в труде к делу сельского хозяйства составляет только шаг вперед на пути приложения этих способностей»*²³⁸. Также эта тема отражена в публикациях «Первый в мире женский политехнический институт», «Женский медицинский институт в Санкт-Петербурге», «Женское сельскохозяйственное образование», «Первая женщина – священник», «Сочувствие народному образованию вообще

²³⁷ Щебальский П. Библиографическая редкость. По поводу женского вопроса // Нива. 1870. № 21. С. 329-330.

²³⁸ Крылов В. Женские сельскохозяйственные курсы в Москве // Нива. 1900. № 31. С. 612.

и женскому в частности», «Первый выпуск слушательниц Стебутовских женских высших сельскохозяйственных курсов» и др.

В 1905 году журнал освещает первый русский женский съезд в Санкт-Петербурге²³⁹, темами которого стали благотворительность и просвещение. Во время данного мероприятия обсуждались следующие проблемы: вопросы попечения детей, участие женщин в борьбе с алкоголизмом, охрана здоровья женщины, роль женщины в домашнем и школьном воспитании детей, помощь женщинам, получающим образование, деятельность женщин по распространению грамотности и мн.др.

Тем не менее, даже с увеличением числа публикаций, освещающих изменения положения женщины в обществе, лейтмотив, что женщина – это, прежде всего, жена и мать, продолжает рефреном звучать в произведениях журнала. Так, в статье «Политическое равноправие женщин» № 12 от 1907 года рассказано о движении суфражисток в Англии, но автор материала утверждает, что деятельность данной политической силы не нашла общественного признания, *«газеты печатают целый ряд коллективных заявлений от дам, матерей семейств, утверждающих, что им политические права совсем не нужны <...> [они] предпочитают быть неограниченными монархами в своей семье, чем заседать простыми членами в парламенте»*²⁴⁰. Опыт Франции и Италии также описан в данном материале, тема положения женщин в России в публикации не отражена.

Но уже в 1909 году появляются материалы с иной модальностью, автор заметки «Первый всероссийский женский съезд» утверждает, что *«в России идеи феминизма уже давно приобрели общественные симпатии»*²⁴¹, хотя и отмечает бесправность положения женщины в браке, отсутствие политических свобод и мн.др. В заметке затрагиваются вопросы политического,

²³⁹ Первый русский женский съезд // Нива. 1905. № 19. С. 380.

²⁴⁰ Политическое равноправие женщин // Нива. 1907. № 12. С. 186-187.

²⁴¹ Первый всероссийский женский съезд // Нива. 1909. № 1. С.17.

экономического, гражданского положения женщины в обществе, поднимаются проблемы получения высшего образования.

В очерке Ал. Богданова «Крестьянская женщина и война» № 46 от 1915 года показаны трансформации семейного уклада на селе, мужчин забрали на фронт, женщины получили гораздо больше прав: их стали приглашать на сходки, где они имеют право голоса, переделы земли стали делать не «по мужским головам», а «по числу едоков». И женщины почувствовали свободу, многие решили обучиться грамотности, стали читать газеты. Как заключает автор, *«великая страда войны облегчает женщинам путь к завоеванию прав человека <...> она готовая на подвиг ради детей и семьи, но уже действующая в иной обстановке, расширившая круг своего понимания»*²⁴².

Ценности родства в данном журнале также представлены. Часто они являются предметом изображения художественных произведений, здесь можно отметить рассказ П. Очкиной «Бабушка», повести Н.Н. Каразина «Старый Джулдаш и его сын Мамет», Н. Лебедева (Морского) «В цветах», рассказы М. Твена «Что делают матери, когда дети больны», Г. Гейберта «Оторванная от семьи», роман М.О. Каменской «Бабушкин внук» и др.

Также эта тема находит отражение и в публицистике: в № 35 от 1871 года в отделе «Смесь» помещена заметка «Сыновняя любовь», в ней рассказывается, как сыновья ради пропитания матери договариваются признать одного из них преступником с целью получить вознаграждение за его поимку. Они возвращаются домой с деньгами, но мать не принимает такой жертвы. Ей важно, чтобы все дети были рядом, даже если жизнь будет голодной. А в 1881 году в № 49 была опубликована заметка «Семейство стариков», она рассказывает историю брака Фомы и Екатерины Релив, которые прожили вместе 85 лет, за стариками (103 и 108 лет) ухаживают дети – дочь 84 лет и сын 67 лет. Показан долгий и крепкий семейный союз, который прошел через много

²⁴² Богданов Ал. Крестьянская женщина и война // Нива. 1915. № 46. С. 855-856.

трудностей, но сохранил и родственные чувства, и признание детей, и заботу друг о друге.

Интересна юмористическая публикация «Цифра супружеских добродетелей» № 5 от 1910 года, которая затрагивает тему ценностей брака и семьи. В ней перечисляются качества, которыми должна обладать хорошая жена: самое значимое – морально-нравственное – это сердечная доброта, красота, ум, образование, деньги, хозяйственные способности менее важны.

Тема семейных ценностей является основной и в публикации «Реформа семейного права» № 27 от 1911 года, информационным поводом стало рассмотрение Государственной Думой закона о раздельном проживании супругов, авторы материала данную инициативу не поддерживают, поскольку ратуют за сохранение традиционной семьи с ее устоями и порядками: *«семья представляется одним из самых прочных устоев современного государственного порядка... Семья есть прежде всего любовное сожитие, освещенное церковью»*²⁴³. Но те брачные союзы, где главенствуют ненависть и насилие, зверства и притеснения, необходимо искоренять, здесь поднимается тема развода, который нужно разрешить, если женщина сможет доказать истязания со стороны мужа.

Ценности родительства представлены в отделах «Гигиена» и «Смесь», материалы затрагивают вопросы питания, режима дня, ухода за детьми, отметим такие публикации, как «Опасности детского возраста», «Медицинские советы», «Как поступать родителям при появлении заразной детской болезни», «О питании грудных детей при расстройстве пищеварения», «Уход за младенцами в болезни», «Учебно-воспитательные занятия и развлечения для детей», «Детская гимнастика», «Человек как предмет изучения и воспитания» и др.

На протяжении 1874-1875 годов журнал «Нива» публиковал серию материалов «Разумное воспитание детей»: *«под этим заглавием мы представим читателям "Нивы" ряд статей по предмету воспитания детей,*

²⁴³ Реформа семейного права // Нива. 1911. № 27. С. 502.

*предмету столь существенно важному, как в семейном, так и в общественном отношениях, но, к сожалению, так мало у нас разработанному с практической стороны»*²⁴⁴, задачи воспитания редакция определяет как усовершенствование физических и нравственных качеств ребенка, которые он получил от родителей, и ограждение от пороков, свойственных темпераменту подрастающего поколения. Далее в публикациях следуют размышления о том, что задача социализации ребенка раннего возраста обычно возложена на мать, но на практике женщины не обладают необходимым уровнем образования и кругозора, отцы их заменить не могут, так как много времени проводят в делах. Воспитанием детей поэтому должны заниматься специально подготовленные гувернеры. Даются советы по физическому и нравственному воспитанию, роли игр в развитии ребенка.

Еженедельник «Нива» предназначался для семейной аудитории, стоит отметить энциклопедичность публикаций, которая наряду с простотой изложения, была одной из характерных черт «тонких» журналов рассматриваемого периода. Журнал «Нива» в освещении вопросов семьи является весьма традиционным: в литературных произведениях на первый план выходит патриархальная семья, с ее противоречиями и проблемами. Но очень часто рисуется образ многодетной семьи, расширенной и многопоколенной, встречаются публикации о счастливых отношениях, которые супруги пронесли через года. В издании, которое ориентировано не только на высший свет, но на более широкую аудиторию публикации семейной тематики часто имеют практическую направленность: они реализованы в виде советов и инструкций по ведению домашнего хозяйства и родительству. В последние годы дореволюционного периода журнал отражает те изменения, которые происходят в обществе, появляется тема расторжения брака, традиционная семья постепенно уходит со страниц периодики, хотя вопросы материнства и детства продолжают освещаться.

²⁴⁴ Разумное воспитание детей // Нива. 1874. № 26. С. 404.

Фамилистический дискурс журналов для чтения всей семьи дореволюционного периода отличается следующей спецификой:

– Во второй половине XIX – начале XX века происходят изменения институтов семьи и родительства, что находит отражение в повестке дня изданий. Журналы для семейного чтения ориентированы на широкую аудиторию, так как отличаются демократичной ценой, поэтому показывают социальные трансформации, которые происходят среди разных сословий.

– **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического дискурса обусловлены спецификой изданий, в них доминируют литературные произведения, менее заметное место отведено отделам писем, разных известий, библиографии и т.п. Тематическое разнообразие публикаций касается самых разных аспектов функционирования института семьи: это советы по воспитанию детей и уходу за ними, изменение общественной роли женщины, ее стремление к образованию и внесемейной реализации, быт и уклад дореволюционной семьи и т.п.

– **Функционально-жанровая специфика** фамилистического дискурса определена преобладанием литературных текстов, транслирующих семейные ценности, как поэтических, так и прозаических. «Нива» также предлагает юбилейные и исторические очерки, хроники, обозрения. Главная задача данного типа периодики – популяризация семейного чтения как типа внутрисемейной коммуникации.

– **Аксиологическими доминантами** фамилистического дискурса дореволюционных журналов анализируемого типа являются ценности родства и семьи. Значимыми также представлены и ценности родительства. На рубеже веков ощущается смена традиционных ценностных парадигм.

2.3.2. Ценности супружества, родительства, родства в журналах для чтения взрослыми детям

Рассмотрим фамилистический дискурс издания для семейного чтения «Задушевное слово» М.О. Вольфа. Журнал был адресован детям двух

возрастных категорий: младшего возраста (от 5 до 9 лет) и старшего (от 9 до 14 лет) и состоял из отделов «Почтовый ящик», «Разные разности», «Ответы и советы», «Обо всем понемногу», «Вопросный листок», «Веселье и смех», «По всему свету» и др. К «Задушевному слову» выпускались тематические приложения «Педагогическая библиотечка» и «Задушевное воспитание». Художественные произведения подбирались редакцией таким образом, чтобы воспитывать в юных читателях религиозно-нравственные чувства: любовь к семье, взаимоуважение и сострадание, патриотизм. Детские журналы способствовали укреплению традиции семейного чтения, поскольку данный тип периодики во многом походил на издания для взрослых, литературоцентричное начало, то есть доминирование текста художественного – поэзии и прозы – определяло природу журналов, которые по своей содержательной модели отличались энциклопедичностью и глубиной.

Читательский адрес журнала – дворянские семьи, младшим членам семьи тексты смогут прочитать родители, братья и сестры, более старшие справятся с содержанием самостоятельно. Художественные произведения отражали быт дворянской семьи того времени, в них показывалась многопоколенная, многодетная расширенная семья с устоявшимся укладом; в повести Н.И. Тихомирова «Бедняки» № 8 от 1884 года представлена именно такая: *«семейство Азарова состояло из шести человек: мужа, жены, троих детей и сестры Азарова, Анны Ивановны»*²⁴⁵. Несмотря на скромное финансовое положение глава семьи не может отказать от дома незамужней родственнице – сестре Анне Ивановне, ценности родства не позволяют ему сделать это. Сестра выполняет роль няни – присматривает за детьми, занимается с ними. Как и в женской дореволюционной периодике, ценности родственных связей, долга, добродетели выводятся на первый план, являются значимыми, что и транслируется подрастающему поколению через литературу.

²⁴⁵ Тихомиров Н.И. Бедняки // Задушевное слово. 1884. № 8. С. 161.

Традиционная семья, представленная на страницах журнала, глубоко религиозна, в ней отмечают все церковные праздники, соблюдают пост. Например, в рассказе С. Атавы «Как мы ездили к бабушке говеть» № 16 от 1885 года говорится, что *«бабушка говела всегда на четвертой неделе великого поста. В это же время приезжали и мы к ней, т.е. матушка, нас двое – сестра и я – и наши гувернантка, нянька и горничные»*²⁴⁶. Произведение рисует будни семьи, где дети отданы под присмотр прислуге, а старшие члены семьи заняты перепиской, чтением, рукоделием; воспитание подрастающего поколения у них не на первом месте. Даже читает детям няня, а не мать и бабушка, на что девочки очень обижаются, поскольку ищут внимания родственников.

Религиозные праздники и обряды освещались журналом на регулярной основе, тематические публикации выходили на Рождество, Троицу, Пасху, Вербное воскресенье. В материалах рассказывалась история праздников, их значение, делался акцент на духовно-нравственной природе таинств.

Диалог с читателями редакция осуществляла через отдел «Почтовый ящик», где публиковались письма от детей разных возрастов. Очень часто семейно-ролевые отношения, семейный уклад можно было увидеть в этих строках: *«меня учит мама, и я надеюсь поступить в начальный класс гимназии», «у меня есть сестра Маня, я играю с ней в куклы и читаю ей "Задумчивое слово", «я, брат и сестра с мамой ездили в Екатеринбург, там живет наша бабушка, крестная мамаша и дядя с тетей»* и мн.др. Юные читатели в своих письмах делятся впечатлениями о семейных праздниках, поездках, прочитанных книгах, просят совета и предлагают дружить. Редакция журнала в ответ занимается просвещением аудитории, моделирует поведение своих читателей, предлагая им лучшие поучительные образцы литературы.

Так, тему важности для молодого поколения образования поднимает рассказ В. Русакова «Ради матери», опубликованный в № 29 от 1891 года. Главный герой – юноша Павлевский – становится прилежным учеником, только

²⁴⁶ Атава С. Как мы ездили к бабушке говеть // Задумчивое слово. 1885. № 16. С. 301.

осознав, сколько горя он приносит своим родителям нерадением к учебе и плохими табелями. У ложа больной матери он принимает решение исправить свои оценки и пересмотреть отношение к образованию, с тех пор он лучший ученик и пример для остальных.

Изменение социально-политических условий и общественных реалий также отразилось в публикациях журнала «Задушевное слово», который выступал в качестве площадки для формирования значимых ценностных установок подрастающего поколения. Для нас представляет интерес, как в издании трансформировались ценности семьи. В первую очередь, необходимо отметить, что в начале XX века возросло число нехудожественных публикаций, которые размещались в отделе «Разные разности». Прежде всего, дети смогли увидеть изменение положения женщины в обществе, редакция журнала регулярно размещала заметки на эту тему: «Вольный женский университет», «На женских чертежных курсах», «Посещение ее величеством Ксениинского института», «Женщина-доктор русской истории» и т.д. Рассмотрим некоторые из них. В № 35 от 1912 года «Юбилей замечательной русской женщины» рассказано об известном народном просветителе, преподавателе воскресной школы для женщин Х.Д. Алчевской. Несмотря на то, что отец героини был против женского образования, женщина учила уроки вместе с братьями, занималась саморазвитием и смогла сама преподавать для девочек-подростков.

В № 28 от 1912 года представлен материал об Е.О. Ковалевской под заголовком «Первая русская женщина-профессор», в нем рассказывается о многолетнем увлечении химическими экспериментами, получении образования в данной сфере, стажировках в России и за рубежом. Редакция отмечает, что еще несколько лет назад такое представлялось невозможным, поскольку общество отличается консервативным взглядом на роль женщины: *«Долгое время существовало предубеждение, что женщины не способны быть*

учеными»²⁴⁷. Отметим, что данный отдел начинал журнальный номер, поэтому данные материалы были особенно заметны в повестке издания.

Поскольку аудиторией журнала для семейного чтения являются не только дети, но и их родители, в еженедельнике публикуются материалы, адресованные старшему поколению. Чаще всего они освещают деятельность Санкт-Петербургского родительского кружка, объединяющего педагогов, врачей и самих родителей с целью обсуждения вопросов воспитания и участия в многочисленных социальных кампаниях, например, строительстве интернатов для обучающихся гимназистов. В материале «Детский сад Санкт-Петербургского родительского кружка» № 18 от 1912 года рассказано об открытии на деньги благотворителей бесплатного детского учреждения, которое необходимо для оказания помощи детям из малоимущих семей, ограждения их от влияния улицы.

Важно, что детям редакция демонстрирует неприглядные стороны жизни малоимущих семей, так, в очерке Д. Бразуля «Что такое Детский суд?» № 51 от 1912 года показана практика общественных слушаний в Москве и Санкт-Петербурге, куда вызываются несовершеннолетние нарушители порядка, малолетние преступники, причина ненадлежащего поведения детей также обозначается: *«в больших городах, особенно на тех улицах, где живут простые люди (фабричные рабочие, мастеровые, каменщики, служители и т.д.), дети остаются дома подолгу без всякого призора»*²⁴⁸. Занятость родителей на производстве, отсутствие родственников, которые могут помочь с детьми, невозможность оплатить детское учреждение или няню приводят к тому, что дети с ранних лет предоставлены самим себе и улице. Детский суд рассматривает дела нарушителей, может объявить выговор и отдать ребенка под наблюдение родителей, в случае рецидива – несовершеннолетний ребенок будет помещен в исправительный приют.

²⁴⁷ Первая русская женщина-профессор // Задушевное слово. 1912. № 28. С. 2.

²⁴⁸ Бразуль Д. Что такое Детский суд? // Задушевное слово. 1912. № 51. С. 810.

Еще одно объединение регулярно заявляет о себе со страниц «Задушевного слова», это общество «Детский мир», целью которого является содействие физическому и умственному развитию детей от 7 до 15 лет. При организации действует школа, для детей членов общества и благотворителей поступление в нее осуществляется на преимущественных условиях. В материалах присутствует обращение к читателям внести пожертвование и стать учащимся данного престижного образовательного учреждения.

Ценности благотворительности, милосердия, заботы в издании транслируются регулярно. Отдельные призывы к пожертвованиям могут сопровождать тематические публикации, так, в № 7 от 1911 года размещена статья Т. Ганжулевич «Страшная сказка», где на контрасте с привычной для дворянских детей картиной быта показана жизнь бедной крестьянской семьи, лишившейся всех доходов: *«плачут дети, а отец и мать ушли куда-то искать им хлеба. Успеют ли они вернуться ко своим малюткам, пока те еще живы?»*²⁴⁹. Заканчивается публикация размышлениями о том, что такие качества как сочувствие, милосердие закладываются в раннем возрасте, поэтому читателям журнала необходимо помогать нуждающимся, развивать в себе необходимые добродетели.

Схожую направленность имеет и опубликованное в канун Рождества обращение редакции на одной из первых полос под заголовком «Вспомните, дети!», сначала материал показывает идиллическую картину праздника в дворянской семье, где елка, подарки, забавы радуют ребят в такой ожидаемый день, а потом рисуется противоположная картина: *«не только многие семьи, но и некоторые приюты не имеют средств, лишены возможности дать своим детям почувствовать, что это – великий праздник»*²⁵⁰, поэтому так важно успеть сделать рождественское пожертвование, чтобы поделиться настроением со всеми нуждающимися.

²⁴⁹ Ганжулевич Т. Страшная сказка // Задушевное слово. 1911. № 7. С. 99.

²⁵⁰ Вспомните, дети! // Задушевное слово. 1911. № 6. С. 2.

Тема сиротства и тема благотворительности идут в издании в неразрывной связке, особенно это характерно для периода Первой мировой войны, так, в публикации № 11 от 1915 года «Дети-сироты» приведена статистика, что «*в одной Пензенской губернии насчитывается более 7000 детей в возрасте до 14 лет, отцы, дяди или братья которых на войне, а у 400 из несчастных нет и матерей, кроме того более 1000 детей, у которых отцы и матери умерли еще до войны*»²⁵¹. Заканчивается материал уже привычным призывом сделать пожертвования.

Фамилистический дискурс дореволюционных журналов для чтения взрослыми детям отличается следующей спецификой:

- Журналы для чтения взрослыми детям ориентированы преимущественно на дворянство, что оказывает влияние на предметно-тематическую специфику публикаций.

- По своим **структурно-содержательным характеристикам** фамилистический дискурс обусловлен аудиторной направленностью журнала, на первом месте здесь отделы литературы и библиографии. Тематика публикаций затрагивает вопросы социального сиротства, благотворительности, быта и традиций дворянских патриархальных семей, на рубеже XIX – XX веков актуализируются вопросы изменения положения женщины в обществе, но такие публикации не являются частотными.

- **Функционально-жанровая специфика** фамилистического дискурса «Задуманного слова» определена преобладанием литературных текстов, транслирующих семейные ценности. Главная задача данного типа периодики – популяризация семейного чтения как типа внутрисемейной коммуникации.

- **Аксиологическими доминантами** фамилистического дискурса дореволюционных журналов для чтения взрослыми детям являются ценности семьи и родства. Фамилистический дискурс журналов для семейного чтения

²⁵¹ Дети-сироты // Задуманное слово. 1915. № 11. С. 1.

дореволюционного периода отличается тем, что ценности семьи представлены как некие идеалы, которые доносят, прежде всего, герои художественных произведений. Их нравоучительный посыл зачастую воспринимается более мягко, чем редакционные призывы.

Основные ценности, которые транслируются в данный период – это ценности родства, материнства и детства, ценности супружества в издании для детей представлены в меньшей степени. Что касается тематических акцентов, СМИ отражают все общественные изменения, которые характерны для данного периода, они откликаются на них, вынуждены подстраиваться под меняющуюся реальность, особенно это заметно в отношении трансформации женских социальных ролей, когда происходит постепенно смена приоритетов: от внутрисемейной реализации – к общественной. Периодика для семейного чтения и сама традиция чтения в кругу семьи были популярны до революции 1917 года, что нашло отражение в значительном количестве наименований журналов, ориентированных на разные аудиторные группы. Впоследствии изменения в социальной и культурной жизни общества привели к тому, что данная практика сохранилась не во всех семьях, а издания для семейного чтения в новую историческую эпоху подверглись существенной трансформации.

§ 2.4. Семейные ценности в дореволюционном народном лубке

Ценности института семьи, материнства и детства транслируются не только публицистикой, они разнопланово представлены и в рекламном дискурсе, в рамках данного диссертационного исследования нами будет рассмотрена некоммерческая реклама разных исторических периодов как инструмент тиражирования значимых аксиологических постулатов.

Фамилистический медиадискурс формируется, в том числе, и рекламными сообщениями, нас будет интересовать социальная реклама, прототипом которой является распространенная во второй половине XVII – XIX веках лубочная культура как вид народного творчества, жанр «назидательного лубка» ложится в основу более позднего рекламного

социального плаката. До начала советского периода именно назидательные лубки реализовали прагматические задачи формирования негативного отношения общества к неодобряемому социальному поведению: агрессии, пьянству, невежеству и т.п., в то же время тиражируя позитивные поведенческие модели.

Таким образом, в рамках данного параграфа нами будет осуществлен анализ рекламного фамилистического дискурса дореволюционного периода, в ходе которого будут выявлены основные ценностные постулаты, связанные с институтами семьи и родительства, повторяющиеся в рекламных сообщениях. Также особое внимание необходимо уделить качественному анализу «векторности» дискурса, то есть обозначению проблем, на решение которых направлены рекламные обращения.

Народные лубки как вид изобразительного искусства распространяются в России с XVII века. Обращение к анализу дореволюционного лубка в рамках данного исследования обусловлено тем весомым социальным и культурным воздействием, которое он оказывал на общество. Синтез визуального и вербального с ярко выраженной гротескностью и экспрессивностью позволяли продемонстрировать не только национальные быт и культуру, но и те общественные изменения и трансформации, которые были характерны для определенных исторических периодов.

Для анализа рекламного фамилистического дискурса дореволюционного времени нами были отобраны лубочные иллюстрации, авторами которых были не только ремесленники и крестьяне, но и профессиональные художники. Их объединяет содержательно-смысловая составляющая – они показывают проблемы института семьи, родительства и детства. Отобранные произведения не только отличаются художественной выразительностью, они воссоздают атмосферу дореволюционной России, демонстрируя жизнь, традиции и быт разных сословий. Особый интерес представляют лубки, отражающие бытовые и социальные проблемы института семьи. Обозначенные иллюстрации (n=40) размещены в разделе Приложения 2.4-2.43 данной работы. Отметим, что

большинство лубков сохранились благодаря публикации в девятитомнике «Русские народные картинки» Д.А. Ровинского от 1881 года. По времени создания в нашу подборку попали работы конца XVIII – XIX веков.

Анализируя лубочные изображения семейной тематики, обозначим основные социальные проблемы, к которым они привлекали внимание, то есть определим вектор фамилистического дискурса: проблема супружеской верности; особенности выбора супруга в крестьянских и дворянских семьях; семейные обряды; рассуждения о браке и женитьбе; проблемы отцов и детей; пропаганда здорового образа жизни, отказ от вредных привычек; здоровье и благополучие детей. Лубок можно обозначить как инструмент визуализации социальных проблем, иллюстрации содержали лаконичные, но яркие образы, текстовая часть дополняла графику, главная характеристика такого типа коммуникации – это доступность формы, простота и ясность.

Взаимоотношения мужчины и женщины – одна из самых популярных тем лубочной культуры, она была представлена в назидательном, сатирическом лубке. В XVIII – XIX веках шаржевостью отличались изображения, где представители знатного сословия испытывали интерес к простолюдинам, это находило выражение в ироничных подписях к картинкам: *«Хотя сплошь всего замарай раствором, я от того не буду сдором, только любовь надо мной покажи, вместе с собою на постелю спать положи»* [2.16]²⁵². Здесь отметим лубки «Угощение яблоками» [2.34], «Блинщица» [2.16], «Семь баб про штаны дерутся» [2.38], «Отдай мне ведра» [2.19].

Если в XVIII веке еще сильна была патриархальная модель семьи, основанная на христианском браке и следовании принципам «Домостроя», где главенствующая роль принадлежала мужчине, то в XIX веке трансформации положения женщины изменили во многом и быт семьи. Предметом изображения лубочных иллюстраций стали супружеская неверность и любовный флирт, например, «Черный глаз, поцелуй хоть раз» [2.35],

²⁵² Здесь и далее – номер лубка в Приложении 2.4-2.43.

«Нечаянность» [2.20], «Неверная жена» [2.18], «Наказание неверной жены» [2.16] и др.

Отметим, что лубки отражали не только сцены насилия над изменившим супругом, побои могли быть обоюдными, причины деструктивного поведения в отношении членов семьи отличались разнообразием: пороки и пристрастия, например, увлечение алкоголем («Песня малороссийская» [2.28]), жадность («Ходили девушки по берегу» [2.31], «Зять у тещи в гостях» [2.42]), неуважительное отношение («Била жинка мужика» [2.29]), глупость («О глупой жене» [2.21], «Вот как мужья жен исправляют – от глупостей отучают» [2.13]).

Взаимоотношения супругов показаны иногда в ироничном ключе, известен лубочный лист «Песня о том, как жена пила пиво, а мужа накормить позабыла, и как муж за то на нее не сердился, а по глупости ей поклонился» [2.24]. Это история о том, как муж уехал на пахоту, а жена – в гости к кумовьям. Вечером супруги встретились, но ужинать было нечем, на вопрос супруга, чем она занималась в течение дня, жена ответила, что только его и вспоминала, когда с кумовьями за его здоровье пили. Вместо упреков мужчина выразил благодарность жене, что про него не забывала.

Сатира в адрес недалёковидных мужей содержалась в лубках «Урок мужьям мужикам деревенским беднякам и женам щеголихам» [2.43], «Вот как купчихи гуляют, муженьков своих обдувают» [2.6], «Муж жену веселит, в Эльдорадо тащит» [2.15].

Обрядовая культура также стала предметом изображения народного лубка, так, свадебные мероприятия были значимым событием в жизни каждого человека, традиции, связанные с вступлением в брак, часто отличались некоторой сакральностью, важностью, что нашло отражение в произведениях мастеров лубочного искусства. Изображения показывали все составляющие обрядов: сватовства, сговора, смотрин, девичника, свадебного поезда, венчания, свадебного пира. Жених и невеста от момента смотрин и сговора проходили долгий путь до заключения брака. В зависимости от сословия, обрядовые моменты могли различаться. Например, высшему сословию было необходимо

получить разрешительные документы, представить описание приданого и т.д., детали этого отражены в лубках «Разговор между женихом и свахой» [2.25], «Роспись приданого» [2.36], «Роспись приданому тебе, малатцу удалому. Слушай жени, читай не вертись, а что написано, не сердись» [2.33]. Интересно, что лубочные росписи приданого, как доказал Д.А. Ровинский, идентичны подлинным росписям, составленным в купеческих и дворянских семьях того времени.

Сама свадебная церемония существенно отличалась у дворян и крестьян, если для первых – было характерно смешение русских и европейский традиций, то для вторых – это исконно русское многодневное гулянье – «Вспомни, вспомни, мой любезный» [2.39], «Отдал меня батюшка» [2.30], «Как у нашего соседа весела была беседа» [2.40], «Русская крестьянская свадьба» [2.37]. Описание гуляний отличается детализацией, приведем примеры лишь некоторых из них: *«Просватал Пахом свою дочку Грушу за молодца за Ванюшу. Хороша красotka Груша, парень хоть куда Ванюша. Наш Пахом живет богато, гостей полна хата. На столе всего вдоволь ешь не хочу, а вина разлитого море!»* [2.37].

Поиск супруга – это важный шаг в жизни человека, русский народный лубок показывает, что очень сложно сделать рациональный выбор, так, изображение «Рассуждение холостого человека о женитьбе» включает в себя пятнадцать сюжетов, каждый из которых содержит подпись, показывающую душевные переживания: *«Богатую взять – будут попрекать; Хорошую взять – много будут люди знать; Умную взять – не даст слова сказать»* [2.32] и т.д. В самом конце представлен вывод-эпилог: *«Аще кто хочет по нраву выбирать, то век женату не бывать. Надобно спроситься у добрых людей, как будут выбирать и что рассуждать и нам о том, пожаловать сказать»* [2.32]. Схожие рассуждения показаны в лубках «Много выбирать – женатым не бывать» и «Не женись ни на какой» [2.17].

В XVIII и в XIX веках лубочное искусство актуализирует вопросы корыстного выбора брачного партнера, герои произведений зачастую

карикатурны, примером таких лубков являются «На деньги молодец наш льстится, вишь на ком решил жениться» [2.11] и «За деньги полюбить готова хоть быка» [2.12]. Текстовая подпись к изображению мужчины и женщины отражает жизненную позицию последней: *«Я с малых лет привычки сей держуся: без денег ни с каким красавцем не люблю. А для прибытка я со всеми не дика, за деньги я любить готова хоть быка»* [2.11].

Эволюция лубочного изображения происходит и в технологическом плане – меняется техника от ксилографии к литографии, и в содержательном – актуализируются значимые социальные проблемы, как, например, сохранение здоровья семьи, популяризация прививочных кампаний. Эпидемия оспы унесла жизни многих взрослых и детей, поэтому лубочные листки обращаются к широкой аудитории с призывом сделать прививку: *«Какой позор рябым уродливым мальчишкам. Смотрите, как они хорошим ребятишкам Дурными кажутся; и как от них бегут, Товарищами их в игрушку не зовут. С уrodaми ж играть, как будто все боятся. И так спешат от них скорее прочь убраться»* [2.4] и *«Послушайте, отцы и матери глупухи, А более всех карги упрямые старухи Возьмитесь за ум, не бойтесь коров Кто оспу их привил, то жив, цел и здоров!»* [2.22].

Ценности родительства и многодетности не являются традиционными для лубочного искусства, хотя можно выделить одну из работ гравера П. Чуваева, которая посвящена именно этой теме, она называется «Терпеливый отец» [2.8]. Данное изображение показывает отца, у которого на плечах короб с детьми и в руках тоже расположились дети, надпись лубка гласит, что отец семейства торопится домой, чтобы узнать, не родились ли у него еще младенцы, поскольку он поставил перед женой задачу *«и много угодить, как двадцать народить»* [2.8].

Взаимоотношения отцов и детей также отражены мастерами назидательного лубка: популярной темой является возвращение сына, промотавшего выданные деньги, в родительскую семью. Обычно это характерно для тех представителей молодого поколения, кто решил поехать за

хорошей жизнью в город, но кабаки, гулянья очень быстро способствовали их неплатежеспособности. Когда деньги были, дети не думали о том, что нужно помочь родителям, а в сложной ситуации идут именно к представителям старшего поколения за кровом и помощью. Такие лубочные картинки часто покупали отцы в назидание своим детям. Примером лубка данной тематики можно считать «Вот как в Москве ярославцы половые трудятся с красотками веселятся, а в деревню без гроша босые катают, родителей удивляют» [2.5]. История здесь показана традиционная: на первом изображении – герой Иван в кабаке, его окружают вкусная еда и красивые женщины, на втором – отец бьет прогулявшего все деньги сына кнутом: *«Отец Ваньку увидал Кнут он тотчас в руки взял, Ваньку за власы схватил, Шибко больно колотил»* [2.5].

Тема важности воспитания подрастающего поколения поднимается лубочным изображением «Всяк взирай на свои дети, что всегда в страхе имети» [2.7], мать наблюдает за казнью на виселице своего сына, который был уличен в воровстве. Текстовая подпись гласит, что виноватыми в этой ситуации следуют считать именно родителей, которые в детстве не наказывали детей: *«беспоощадно наказывать их должно, чтобы напослед самим от детей не плакать»* [2.7].

Лубочные картинки дореволюционного периода формировали значимые ценностные постулаты: супружескую верность, почитание родителей, важность воспитания и социализации детей, многодетное родительство, ценности брака и семьи. Наряду с этим изображения способствовали сохранению фольклорных традиций, поскольку лубок пользовался особым признанием у народа, особенно песенный. Если первоначально лубки не считали чем-то важным, то со временем не только крестьянство и ремесленники, но и дворянство прониклись образностью и эстетикой народных изображений. Представители высшего сословия видели педагогический потенциал лубка, поэтому использовали отдельные изображения с текстовыми подписями для обучения детей чтению.

Фамилистический дискурс лубочного искусства отличался тематическим разнообразием, основные аксиологические доминанты и содержательные характеристики представлены в таблице 9.

Таблица 9. Специфика изображения ценностей семьи в дореволюционном лубке

Проблемные векторы фамилистического дискурса	Аксиологические доминанты	Названия лубочных листов
проблема супружеской неверности	- супружеская верность; - ценность супружества; - ценность доверия и диалога; - ценность уважения	«Нечаянность», «Неверная жена», «Наказание неверной жены»
проблема взаимоотношений отцов и детей	- ценности родительства; - ценности воспитания и социализации детей; - ценности совместного досуга; - ценности многодетного родительства; - ценности опеки и заботы.	«Всяк взирай на свои дети, что всегда в страхе имети», «Вот как в Москве ярославцы половые трудятся с красотками веселятся, а в деревню без гроша босые катают, родителей удивляют», «Терпеливый отец»
проблема сохранения здоровья семьи	- ценности здорового образа жизни; - витальные ценности.	«Какой позор рябым уродливым мальчишкам», «Спасибо добрых я послушала людей»
проблема поиска спутника жизни и создания крепкой семьи	- ценности супружества; - ценности родства; - ценности многопоколенной семьи; - ценности супружеской верности.	Разговор между женихом и свахой», «Роспись приданого», «Роспись приданому тебе, малатцу удалому», «Рассуждение холостого человека о женитьбе», «За деньги полюбить готова хоть быка», «На деньги молодец наш льстится», «Отдал меня батюшка», «Как у нашего соседа весела была беседа», «Русская крестьянская свадьба»

проблема взаимоотношений супругов	- ценности внутрисемейной коммуникации; - ценности любви и взаимоуважения; - ценности супружества.	«Песня о том, как жена пила пиво, а мужа накормить позабыла», «Урок мужьям мужикам деревенским беднякам и женам щеголихам», «Вот как купчихи гуляют, муженьков своих обдувают», «Муж жену веселит, в Эльдорадо тащит»

Фамилистический дискурс дореволюционного лубка отражал традиции и менталитет российского народа, его анализ позволяет выявить специфику ценностного мировоззрения общества в период XVIII – XIX веков. Лубочные изображения показывают быт и обычаи разных сословий. Несмотря на то, что бытовые картинки идиллически приукрашены, проблемный вектор они обозначают очень точно. Отображая культурный ландшафт дореволюционной России, народный лубок транслирует ценности патриархальной семьи и родительства, показывает болевые точки института семьи.

Именно дореволюционный народный лубок выступил тематическим и графическим прообразом советского пропагандистского плаката, его визуальная культура, проявляющаяся в схематичности и упрощенности образов, контрасте цветов, многоплановости, нарушении принципов перспективы, нарочитой цветовой небрежности, – повторится в отдельных рекламных образцах следующих эпох. А текстовые, вербальные особенности, например, ритмика и рифма, также станут значимыми для рекламных сообщений.

ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ

Становление фамилистического медиадискурса происходит в отечественной журналистике в дореволюционный период, ценности семьи начинают транслироваться, прежде всего, специализированной периодикой – женскими и педагогическими журналами, изданиями для семейного чтения. Наряду с этим и рекламный дискурс популяризирует значимость супружества и

родительства, на визуализацию обозначенных аксиологических постулатов направлено народное лубочное искусство.

Формирование фамилистического медиадискурса происходит под воздействием идеологических, социокультурных и исторических условий, медиа отражают все социальные, экономические и политические реформы, что сказывается на структурно-содержательных характеристиках дискурса. Функционально-жанровые особенности фамилистического медиадискурса зависят от типа медиа. Для каждого исторического периода характерны преобладающие аксиологические доминанты.

Фамилистический медиадискурс дореволюционного периода отражал ценности патриархальной, многопоколенной, многодетной семьи, где за женщиной закреплялись традиционные роли хранительницы домашнего очага, матери и жены. Только на рубеже XIX – XX веков появились издания, где были описаны трансформации внутрисемейных ролей, изменения института семьи. Функционально-жанровые особенности фамилистического дискурса дореволюционного времени определялись литературоцентричностью журналистики: на первый план выходили художественные тексты, хроники, обзоры.

Тематические доминанты дореволюционной специализированной периодики XIX века – это важность достойного продолжения семейных дворянских династий, быт патриархально-авторитарной семьи, внутрисемейные коммуникации, супружеская верность. Для рубежа XIX – XX веков наиболее значимыми темами становятся следующие: трансформация институтов брака и семьи, свободная любовь, равенство и независимость женщины, практические советы по воспитанию и социализации детей, репродуктивный выбор женщины.

Аксиологические постулаты, транслирующиеся дореволюционной периодикой, зависят от типа издания: женская пресса и журналы для чтения всей семьи на первый план выдвигают ценности родства, многопоколенной расширенной семьи, родственных связей и родственного долга, взаимоподдержки, уважения и почитания старших, в конце изучаемого периода

им на смену приходят ценности индивидуальные: свобода выбора брачного партнера, возможность оформления развода, приоритет свободной любви, снижение родительского авторитета. Аксиологические доминанты педагогических журналов – это ценности родительства, особенно материнства, семьи, заботы, семейного общения, социализации и воспитания.

Фамилистический дискурс дореволюционного лубка отражал традиции и менталитет русского народа, быт и обычаи разных сословий. Народный лубок транслирует ценности патриархальной семьи и родительства – доверия и диалога, опеки и заботы, любви и взаимоуважения, воспитания детей; показывает болевые точки института семьи: проблемы супружеской неверности, взаимоотношений супругов, отцов и детей, здоровья семьи.

ГЛАВА III. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФАМИЛИСТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА В СОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

В советский период происходит развитие фамилистического медиадискурса: усложняется система СМИ, появляются новые наименования периодики и иные каналы коммуникации, видоизменяется жанровая система. Но самые существенные преобразования характерны для политической и социальной сфер, в изменившихся идеологических, культурных и исторических условиях трансформируется семья как социальный институт и ее ценности.

Хронологические рамки данной главы ограничены временем существования СССР, мы ставим перед собой задачу проследить особенности развития фамилистического медиадискурса. Отметим, что данный период требует дополнительной периодизации, так как для советской медиасистемы было характерно постепенное становление. Наряду с этим необходимо учитывать и последовательные изменения ценностных ориентаций социума, поэтому нами будет рассмотрена пресса в первое десятилетие советской власти (1917-1927), пресса в довоенные и военные годы (1928-1945), периодика после войны (1946-1991).

Исследовательская методика тождественна предыдущей главе, то есть будут систематизированы такие аспекты фамилистического медиадискурса, как идеологические, социокультурные и исторические условия его формирования; структурно-содержательные, функционально-жанровые особенности фамилистического медиадискурса и его аксиологические доминанты.

Ценности семьи, супружества, родительства в первой половине XX века не являются значимыми, на первый план выходят коммунистические идеалы. Тем не менее, уже в послевоенное время СМИ начинают активно популяризировать ценности брака и многодетности, поскольку этот вектор необходим для выхода из демографического кризиса. В качестве эмпирической базы исследования выступит специализированная периодика: женские и

педагогические журналы, издания для семейного чтения, так как проблемы семьи в них рассмотрены наиболее детально.

Рекламный дискурс данного периода представлен советским агитационным плакатом. Для нас также представляет интерес проанализировать специфику отображения ценностей семьи средствами плакатного искусства, поэтому в качестве эмпирической базы нами будут рассмотрены советские плакаты, тиражирующие образы семьи и детей.

§ 3.1. Ценности семьи в советской женской периодике

Революция 1917 года изменила не только общественно-политический строй российского государства, трансформации захватили все сферы жизнедеятельности, включая социальную и духовную. Преобразования коснулись и традиционных институтов, в том числе и института семьи. В советский период семья подверглась существенным изменениям, которые происходили под воздействием социально-экономических реформаций (урбанизация, индустриализация, эмансипация) и политических катаклизмов (репрессии, войны).

Переходным периодом от дореволюционных женских изданий к коммунистической женской прессе можно считать 1917-1927 годы, в это время активно ликвидируется дореволюционная печать, ей на смену приходят советские женские журналы общественно-политической направленности: «Работница» (1914-наст.вр.) «Коммунистка» (1920-1930), «Крестьянка» (1922-2015), «Батрачка» (1925-1929) и др.²⁵³ Возвращение дореволюционных литературно-общественных изданий семейно-бытового типа происходит в период НЭПа, когда в условиях легализации предпринимательства частные издательские объединения вновь заявляют о себе: так, на советском рынке периодики возобновили свой выпуск «Журнал для хозяек», «Журнал для женщин», а после их закрытия начал выпускаться издательским обществом

²⁵³ Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О. Семейно-бытовой дискурс женской прессы советского периода // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. №1 (47). С. 53-62.

«Огонек» семейно-бытовой «Женский журнал». Противоречивость содержания женской прессы 1917-1927 годов обусловлена дихотомией ее аксиологической составляющей: общественно-политическая периодика транслирует ценности коммунистической идеологии и эмансипации, а литературно-общественные издания – буржуазную мораль, где основной доминантой является образ домашней хозяйки и матери, а ценностями – воспитание детей и семейный очаг.

Литературно-общественная и общественно-политическая женская печать НЭПа – это продукт переходного периода, который ко второй половине XX века трансформировался в единую иерархическую систему советской женской периодики, где высшую ступень занимали центральные журналы: «Работница», «Крестьянка» и «Советская женщина», а ниже располагались республиканские, региональные издания: «Женщина Узбекистана», «Женщина советской Латвии» и т.д. Отметим, что в послевоенный период появились и международные журналы – это «Женщины мира» и «Диалог». Центральная пресса определяла идеологическую повестку остальных изданий, обозначала приемлемые варианты структурно-дизайнерской модели и основные тематические акценты.

В 1980-е годы произошли содержательные трансформации советской женской периодики: журналы стали в большей степени ориентироваться на семейное чтение: появились рубрики для общего досуга: кроссворды, ребусы, а также педагогические материалы и публикации по домоводству. В это же время заявили о себе женские издания нового типа – феминистский самиздат: в конце 1979 года в Ленинграде был выпущен альманах «Женщина и Россия», в редколлегию которого вошли представительницы диссидентского движения. Альманах на своих страницах поднимает проблемы, не характерные для повестки советских изданий: гендерное неравенство, репродуктивное насилие, неполные семьи и мн.др. Идеи феминизма находят отражение в призывах авторов отстаивать свои права, менять существующую реальность. Выпуск «Женщина и Россия» был изъят из обращения и запрещен, но его перевели за рубежом на французский, португальский, итальянский и другие языки, так как

издание представляло диаметрально противоположный взгляд на положение женщины в СССР и советскую семью. В 1980 году редколлегия возобновила работу, сменив название журнала на «Марию»: теперь он выступал как проект одноименного независимого женского религиозного клуба, распространялся на территории СССР, хотя издавался за пределами страны.

Альманахи «Женщина и Россия» и «Мария» выбивались из тематического и идеологического единообразия женской периодики послевоенного периода, но их анализ дает возможность увидеть альтернативный взгляд на женщину и семью, что представляет интерес для данного диссертационного исследования.

Для выявления специфики фамилистического медиадискурса советского периода обратимся к изучению отдельных изданий, их перечень и основные характеристики обозначены в таблице 10.

Табл. 10. Эмпирическая база исследования женской прессы советского периода

Название издания	Годы выхода	Издатель / редактор	Тип издания	Примечания
первое десятилетие советской власти (1917-1927)				
литературно-общественные журналы: «Журнал для хозяек» и «Женский журнал»	1912 – 1926, 1926 – 1930	А.В. Лобанов, ИО «Огонек»	литературно-общественный журнал семейно-бытовой направленности	Из программной статьи «Журнала для хозяек»: «Мы вполне признаем важность и необходимость женского высшего образования, женского самостоятельного труда, женской общественной деятельности, но мы утверждаем, что деятельность женщины, как матери, жены и хозяйки, есть дело не менее важное, имеющее огромное значение для общества».
общественно-политические журналы	1920 – 1930,	«Коммунистка» – отдел ЦК РКП и	общественно-политический журнал	Из программной статьи журнала «Делегатка»: в издании «будут статьи

«Коммунистка» , «Делегатка»	1923 – 1931	Н.К. Крупская, «Делегатка» – отдел массовой работы и агитации МОК ВКП(б)		политического характера, будут разъясняться Советские законы, будут даваться необходимые сведения по общеобразовательным предметам – естествознанию, географии, истории».
довоенные и военные годы (1928-1945)				
«Работница и крестьянка»	1922(3) – 1941	Ленинградс кий обком ВКП(б) и Областной совет депутатов трудящихся	общественно- политический журнал	Из обращения редакции к читательницам журнала: «наш журнал ставит своей целью укрепить связь работницы с крестьянкой».
«Работница»	1914 – наст. вр.	ЦК РСДРП (б) по инициативе В.И. Ленина	общественно- политический журнал	Из обращения 1923 года: издание «по-прежнему остается "журналом работницы", в который каждая труженица фабрики, завода, жена рабочего, его мать, сестра будет писать о тех вопросах, которые являются злободневными для работниц».
послевоенные годы (1946-1991)				
«Советская женщина»	1945 – 1991	Комитет советских женщин, издательств о ЦК КПСС «Правда», М.Д. Овсянников а, В.И. Федотова	общественно- политический и литературно- художественны й иллюстрирован ный журнал	Журнал издавался на нескольких языках, распространялся и за пределами Советского Союза. Основными рубриками были «Пятилетку – в четыре года», «По родной стране», «Хроника международного женского движения», «Наша трибуна», «Советы молодой хозяйке», «Педагогические беседы» и др. Из программной статьи первого номера: «"Советская

				женщина" – новый литературно-художественный, общественно-политический иллюстрированный журнал, призванный широко освещать вопросы производственной и общественно-политической деятельности советских женщин и участие их в культурном строительстве. <...> Наш журнал будет помещать статьи и консультации по вопросам семьи и воспитания детей, стремясь помочь женщинам-матерям в выполнении их трудной и благородной задачи».
«Женщина и Россия» / «Мария»	1979 – 1981	Т. Горичева, Т. Мамонова, Н. Малаховская	диссидентский самиздат	Программная статья первого номера называется «Эти добрые патриархальные устои», в ней отражена основная проблематика альманаха: «Формально давно провозглашено равноправие, но на деле права женщины называют ее притязаниями. Страх конкуренции, боязнь потерять престиж руководит мужчинами, односторонне восхваляющими роль матери и жены».

3.1.1. Фамилистический дискурс женской прессы первой половины XX века

Фамилистический дискурс женской прессы первого десятилетия советской власти определялся противоположными по содержательно-предметной направленности типами изданий: это общественно-политические

журналы и литературно-общественные семейно-бытовые издания. Рассмотрим каждый из обозначенных видов.

Женская общественно-политическая периодика по своей информационной политике следовала за универсальными изданиями: освещала новые нормативно-законодательные инициативы, связанные с институтом семьи: декреты «О расторжении брака» от 16 декабря 1917 года, «О гражданском браке, детях и о ведении книг актов гражданского состояния» от 18 декабря 1917 года и др. Этими правовыми документами нивелируется роль церкви в заключении брачных союзов, они подчеркивают, что на смену церковному браку приходит гражданский, который можно расторгнуть по решению одного из супругов в любой момент.

В первые годы после революции институт брака называют «буржуазным пережитком», считая, что со временем семья и супружество уйдут в прошлое. В журнале «Коммунистка» проблема отношения молодого государства к институту брака освещалась достаточно разнопланово: например, в № 7 от 1920 года была размещена полемическая статья А. Коллонтай «Семья и коммунизм», в которой автор утверждает, что семья – это атавизм, от нее необходимо отказаться, так как она потеряла свою прагматическую основу: *«Какие функции? Воспитание детей и их содержание? Эту обязанность уже сейчас постепенно перенимает трудовая республика. А других функций, работ – за семьей не было и сейчас не предвидится»*²⁵⁴. В № 3-4 того же года опубликована статья Н. Крупской, в которой представлен иной взгляд на институт брака: советская семья не должна быть построена на религиозных основаниях, это союз свободных людей, которые объединены общими пролетарскими взглядами и готовы к материальной поддержке друг друга в случае необходимости. Автор подчеркивает, что советское законодательство не освящает брак, а регистрирует его²⁵⁵.

²⁵⁴ Коллонтай А. Семья и коммунизм // Коммунистка. 1920. № 7. С. 17.

²⁵⁵ Крупская Н. Брачное и семейное право в Советской Республике // Коммунистка. 1920. № 3-4. С. 16-19.

Проблемы буржуазной семьи в новой советской реальности не должны волновать общественность, считает С.Н. Равич, но на законодательном уровне недостаточно проработаны вопросы функционирования обновленного социального института: *«Старые гнилые устои семьи и брака рушились и идут к полному уничтожению с каждым днем. Но нет никаких руководящих начал для создания новых, красивых, здоровых отношений. Идет невообразимая вакханалия»*²⁵⁶.

Дискуссии в периодике способствовали тому, что в 1925 году на одной из сессий ВЦИК было дано определение советскому семейному союзу: «Брак основан на взаимном притяжении, на культурном и идейном единомыслии и на половых отношениях»²⁵⁷, здесь важно подчеркнуть, что физиологический аспект пришел на смену общности морально-нравственных ценностных установок и ориентиров супругов. Провозглашенная советским правительством «революция быта» также существенным образом повлияла на девальвацию ценностей супружества. Отказ от «мещанских пережитков» в виде семейного уюта, упразднение индивидуальных хозяйств, переход к общественному воспитанию детей – все это действовало разрушительно и влияло на изменения внутрисемейных ролей.

Следствием падения престижа семьи становятся продолжающиеся в СМИ дискуссии о «свободной любви», которые были характерны для начала XX века. Женская пресса учитывала разные позиции: некоторые выбирали и отстаивали свободные отношения, другие выступали за регистрируемый брак. Но большинство читательниц постепенно стали склоняться к необходимости защиты женщин, которые состоят в свободных отношениях, этому способствовало увеличение числа матерей-одиночек, социальная поддержка которых не всегда была достаточной.

Аксиологические постулаты, характерные для дореволюционного периода, остались в прошлом: теперь семейные ценности рассматриваются как

²⁵⁶ Равич С. Борьба с проституцией в Петрограде // Коммунистка. 1920. № 1-2. С. 23.

²⁵⁷ ВЦИК XII созыва. Вторая сессия. Стенографический отчет. С. 246.

проявление индивидуализма, а коммунистические ориентиры – это коллективизм, равенство, братство. Но отказ от традиционных нравственных основ приводит к примитивизации морали советских граждан: это выражается в росте случаев прерывания беременности, высоком проценте венерических заболеваний, увеличении числа разводов, снижении ценности родительства, культе малодетных семей, проблемах матерей-одиночек, актуализации детской беспризорности. Солидаризируемся с позицией профессора А.Г. Вишневского, который обозначил данный период «ценностным вакуумом»²⁵⁸. Мы здесь вынуждены подчеркнуть, что ни ценности родства, ни ценности супружества, ни ценности родительства не являлись основополагающими для советской идеологии 1920-х годов, отсюда можно сделать вывод, что институт семьи, базирующийся на ценностном основании, находится в этот период в глубоком кризисе.

Не все были готовы разделить идеалы коммунистической семьи: журнал «Делегатка» регулярно размещал письма читательниц, которые демонстрировали проблемы принятия нового быта своими супругами. Общественная активность женщины, которая проявлялась в частом посещении собраний, внепроизводственной деятельности, не находила понимания у мужчин. В опубликованном письме работницы фабрики «Б» «С таким мужем – не по дороге» описаны основания для развода – участие в партийных собраниях, женщина пишет, что она не готова сохранять брак: *«Я с тобой жить не буду. Оставь меня. Ищи себе такую, которая будет сидеть дома, а я не могу»*²⁵⁹. Расторжение браков становится массовым, например, в Петрограде в 1921 году около 30 % супружеских пар оформили развод в течение первого года совместной жизни²⁶⁰.

От ценностей супружества перейдем к ценностям родительства. Новая государственная политика реформировала и данную сферу, что нашло

²⁵⁸ Вишневский А.Г. Эволюция российской семьи // Экология и жизнь. 2008. № 8. С 8-13.

²⁵⁹ Работница фабрики «Б». С таким мужем – не по дороге // Делегатка. 1923. № 9. С. 7.

²⁶⁰ Демографическая модернизация России, 1900–2000 / Под ред. А.Г. Вишневского. М.: Новое издательство, 2006. 608 с.

отражение в публикациях общественно-политических женских журналов. Так, в издании «Коммунистка» рабкор Николаева пишет: *«Советская власть не меньше заинтересована в воспитании молодого поколения и потому широко ставит перед собой задачу общественного воспитания детей»*,²⁶¹ функции семьи в вопросах социализации и образования теперь будет выполнять система государственных учреждений. Причина подобного нововведения также обозначена автором: *«Часто мы, матери, являемся очень плохими воспитателями...»*²⁶².

Следствием обесценивания материнства становится увеличение числа аборт, Н. Семашко называет прерывание беременности «большим вопросом», серия публикаций данного автора в журнале «Коммунистка» демонстрирует актуальность проблемы, неоднозначное отношение со стороны общества к данной медицинской процедуре. В качестве резюмирующих положений Н. Семашко предлагает действовать исходя из интересов коллектива, а не личности, запретить подпольные операции по прерыванию беременности, усилить деятельность по охране материнства и детства.

Таким образом, можно сделать вывод, что общественно-политические женские издания первого десятилетия советской власти декларировали изменение роли института семьи в жизни социума за счет провозглашенной революции быта, отказ от религиозной природы брачного союза, трансформацию женских ролей – от женщины-домохозяйки к женщине-общественнице и женщине-работнице, запрет на социализацию детей в семье – переход к общественному воспитанию подрастающего поколения. Фамилистический дискурс данного типа изданий отличается деструктивным характером: традиционные ценностные ориентиры являются утраченными, можно говорить о ценностном вакууме, или ценностном кризисе.

Традиционные ценности буржуазной семьи в первое десятилетие советской власти тиражировались литературно-общественными изданиями

²⁶¹ Николаева. О социальном воспитании детей // Коммунистка. 1920. № 5. С. 35.

²⁶² Там же. С. 36.

семейно-бытовой направленности. Проанализируем специфику публикаций «Журнала для хозяек» и «Женского журнала». Обратим внимание на то, что преобладание семейно-бытового дискурса данных изданий в период революции быта может казаться парадоксальным, но редакции журналов считали, что обращение к традиционным, знакомым темам помогает воспринимать трудности и вызовы нового времени. Совсем отказаться от освещения вопросов новой государственной политики издания не могли, поэтому соблюдали некоторый паритет: на страницах соседствовали материалы о реформах советского правительства и «мещанские» ценности.

Самым злободневным вопросом для изданий семейно-бытовой направленности является проблема изменения положения женщины в обществе: не каждая читательница была готова сменить статус домашней хозяйки на общественную деятельность, отсюда – рост дискуссий на страницах специализированной периодики. Сторонником революции быта можно считать П. Репнина, в публикации «О путях к самообразованию и развитию женщины» он задает вектор дискуссии: *«Что такое жизнь исключительно для семьи? Не эгоизм ли это? <...> В мелочах семейной жизни она [женщина] бьется, как муха в паутине. <...> Урегулированной ее жизнь станет только тогда, когда половину себя она оторвет от семьи и оторванную половину отдаст обществу»*²⁶³. Для материалов данного автора характерна позиция, что самое главное для женщины – образование и общественная реализация, только при достижении этих высот она может стать примером для подрастающего поколения, для своих детей. Противоположный взгляд на трансформацию положения женщины в обществе отражен в публикациях В. Карцевой и М. Виртина, лейтмотивом произведений указанных авторов является тезис о том, что традиционные роли – хозяйка, мать – больше коррелируют с женской природой и сущностью: *«И кухня и умение управлять ею на долгое время будут положены в основу всей жизни женщины...»*²⁶⁴. Советские реформы,

²⁶³ Репнин П. О путях к самообразованию и развитию женщины // Журнал для хозяек. 1926. № 2. С. 2.

²⁶⁴ Виртин М. Немножко кухни // Журнал для хозяек. 1926. № 3. С. 2.

рассчитанные на то, что женщина растворится в производственной сфере и откажется от семейной, по их мнению, утопичны, поскольку на практике получается, что сначала осуществляется рабочая активность, а затем в качестве второй смены – уже семейно-бытовая. Таким образом, существенно возрастает нагрузка, возникает дефицит внутренних ресурсов.

Обозначенный в представленных публикациях конфликт, заключающийся в неприятии новых общественных ролей, отражен в статье В. Филипповой «На перепутье»: *«Нельзя служить двум господам – об одном будешь заботиться, другому нерадеть <...>; мужчины потому, должно быть, и успевают больше нас, что не разменивают себя и всегда в своем труде спецы, а нас жизнь толкает вперед к заработку и оттягивает назад привычная и милая сердцу домашность»*²⁶⁵. Публикация наглядно демонстрирует, что самой редакции ближе традиционные женские роли, где главным ориентиром являются ценности материнства и супружества.

Дихотомия традиционных и новых коммунистических ценностей наблюдается и в освещении темы религии. С одной стороны, в публикациях журнала отражены вопросы замены церковного брака на гражданский, проблемы «свободной любви» и полигамности, но, с другой стороны, накануне празднования Пасхи вопреки провозглашенному вектору атеизации появляется статья «Как приготовить сладкие сыры и пасхи». Противоречивость информационной политики редакции в освещении ключевых ориентиров современности очевидна.

Ценности домашнего уюта, которые в общественно-политической периодике названы «мещанскими», здесь поддерживаются и популяризируются, это можно видеть на примере публикаций «Режим экономии» В. Карцевой, «Как сохранить обувь» А. Ванзловой, «Когда вставлять зимние рамы» М. Виртина, «Зимняя кладка яиц», «Правила посадки насекомых»,

²⁶⁵ Филиппова В. На перепутье // Журнал для хозяек. 1926. № 5. С. 4.

«Пчеловодство в домашнем хозяйстве» агронома Новикова, «Чистка вещей и удаление пятен» В.К.

На наш взгляд, фамилистический дискурс именно литературно-общественных журналов демонстрирует неоднозначность реформ семейного законодательства и противоречивость транслируемых ценностных установок. Так, мы можем видеть антиценностные проявления семейной политики: упрощение процедуры расторжения брака; уравнивание в правах партнеров, вступивших в брак и находящихся в отношениях сожительства; разрешение процедуры прерывания беременности; запрет церковных обрядов и оснований заключения брака и пр. Наряду с этим анализ публикаций показывает обратные просемейные тенденции: восстановление института приемного родительства – усыновление частично решает проблему детской беспризорности; имущественные гарантии для каждого из супругов – устанавливаются одинаковые права на приобретенные в браке материальные блага, что способствует созданию домашнего уюта, укреплению семьи.

Ценности родительства в литературно-общественных изданиях данного периода являются преобладающими: теме образования и воспитания детей посвящены многие публикации «Женского журнала» и «Журнала для хозяек»: «Уход за ребенком», «Искусственное вскармливание грудных детей» С. Заречной, «Кое-что о музыке, матерях и детях» Л.Т., «Воспитание здоровых навыков» Ш.С., «Наши малыши», «В первый раз в школу» В.К. Нужно отметить только одно отличие от дореволюционной прессы в освещении данной темы – советские женские журналы первого десятилетия советской власти не освещали ценности многодетности.

Репродуктивная свобода, которая стала следствием легализации прерывания беременности, не поддерживается редколлегией «Женского журнала», об этом свидетельствуют публикации: «Я против абортов» Е. Свириной, «Еще об абортах» Т. Журавлевой, «Долой аборты» О. Зазули и О. Бельской, «Аборт (искусственный выкидыш)» Н. Микулиной-Ивановой. В этом вопросе редакция едина: аборты противоречат ценностям материнства.

В качестве просветительской миссии, рассказывающей о вреде подобных медицинский манипуляций, на страницах журнала размещают данные статистики о негативных последствиях аборт для женского здоровья, наряду с этим представлены мнения экспертов о влиянии искусственного прерывания беременности на заболевания репродуктивной системы. Здоровью женщины посвящен значительный процент публикаций «Женского журнала», поскольку в издании существовала одноименная рубрика, а также рубрика «Здоровье семьи». Вопросы, которым редакция уделяла пристальное внимание: вред ранних браков и раннего материнства по психологическим и физиологическим причинам, важность мер по снижению детской смертности и поддержке репродуктивного здоровья населения, значимость здорового образа жизни и физической подготовки.

Фамилистический дискурс женской периодики первого десятилетия советской власти имеет следующие особенности:

– Реформы советского правительства, к которым мы можем отнести принятие декретов «О расторжении брака», «О гражданском браке, детях и ведении актов гражданского состояния», привели к упадку престижа традиционной семьи. Это способствовало увеличению числа матерей-одиночек, незарегистрированных отношений сожительства, искусственных прерываний беременности и пр. На государственном уровне начинает формироваться идеология советской семьи, которой должны быть чужды религиозные постулаты, буржуазные ценности, дети теперь воспитываются государством, а бытовые вопросы решают специально созданные комбинаты и учреждения.

– Фамилистический медиадискурс формируется двумя типами женской периодики: общественно-политическими журналами и литературно-общественными изданиями семейно-бытовой направленности. По своим **структурно-содержательным характеристикам** они существенно различаются. Первые – являются продуктом новой идеологии, тематический

акцент в них делается на изменение положения женщины в обществе, на внесемейный функционал. Вторые – продолжают традиции буржуазной журналистики, на первый план помещая образы матери и хозяйки. Общие тематические доминанты – это трансформация женских ролей в обществе, революция быта, изменение положения семьи, репродуктивная свобода женщины. В журналах семейно-бытовой направленности доминируют темы воспитания детей, ведения домашнего хозяйства.

– **Функционально-жанровые особенности** фамилистического медиадискурса данного периода заключаются в усилении агитационной и пропагандистской модальности публикаций, лозунговости и крикливости. Дискуссии остаются, но на первый план выходит постулирование значимости коммунистических ценностей. Содержание и язык СМИ упрощаются, доминируют новостные жанры, усложняется жанровая система.

– Фамилистический дискурс отражает некоторую **аксиологическую дихотомию**, обусловленную функционированием в данный период женской прессы двух типов. Для общественно-политических журналов характерно воспевание новой системы ценностей, ценности семьи здесь представлены как атавизм. В отдельных случаях можно говорить о примитивизации морали, ценностном кризисе. Литературно-общественные издания семейно-бытовой направленности тиражировали ценности материнства, супружества, характерные для дореволюционного периода.

Таким образом, фамилистический дискурс женской прессы первого десятилетия советской власти отражал имеющиеся социальные противоречия: прежние ценностные установки и ориентиры, отрицаемые советским правительством, для населения оставались привычными и понятными, но зачастую отвергались на законодательном уровне. Дестабилизация института семьи не всеми воспринималась в позитивном ключе, имеющиеся возражения наилучшим образом удалось отразить именно литературно-общественной периодике семейно-бытовой направленности, которая продолжала

транслировать ценности супружества и родительства. Общественно-политические журналы в большей степени были идеологизированы, тиражируя коммунистические идеалы и демонстрируя отсутствие морально-нравственных основ осуществляемой политики, они постепенно погружались в ценностный вакуум. Иными словами, аксиологический кризис в сфере семейных отношений нашел достаточное освещение в медиаповестке диаметрально противоположных по своим позициям общественно-политических и литературно-общественных женских изданий обозначенного периода.

Фамилистический дискурс женской прессы довоенных и военных лет (1928-1945) значительно отличается от предыдущего периода: это связано, прежде всего, с тем, что на рубеже 1920-1930-х годов произошли существенные изменения семейной политики государства: ценностью для советского человека становится моногамный брачный союз, добрачные связи считаются распутством и осуждаются, женщина должна совмещать общественные и производственные роли с материнством и супружеством. В середине 1930-х годов было принято сразу несколько законодательных мер, поддерживающих семью и брак: это повышение стоимости развода, запрет аборт, льготы многодетным матерям и пр. Все эти трансформации были обусловлены резким падением рождаемости и актуализацией демографических проблем. Несмотря на обозначенные реформы, важно отметить, что ценности семьи на протяжении всего советского периода занимали второстепенное положение, уступая лидирующую позицию идеологии коммунизма с ее целями и задачами.

Широкое вовлечение женщин в производственную жизнь, рост количества комбинатов питания, детских учреждений способствовали самореализации современниц во внесемейной сфере. Индустриализация повлияла на то, что в семейный уклад проникли некоторые эгалитарные принципы и нормы. В этот период происходит окончательное становление советской семьи, которая отличается от патриархальной отсутствием зависимого положения женщины, так как конституция 1936 года провозгласила равенство супругов, более независимым положением детей, которые

воспитывались вне домашних стен. При этом многие ценности оставались прежними, патриархальными, были значимыми и хранимыми, например, в крестьянских семьях вопреки новым веяниям доминировали традиции, сохранялись религиозные постулаты: вера в Бога, крещение детей, религиозные праздники. В условиях провозглашенной всеобщей атеизации об этом было не принято говорить вслух, пресса высмеивала подобное поведение, но ситуация оставалась неизменной. Проблемой института семьи данного периода можно назвать отсутствие приватности семейно-бытовой сферы: стремительная урбанизация привела к распространению коммунального жилья, а, значит, все частное становилось достоянием общественности.

В годы Великой Отечественной войны закономерным является уменьшение количества заключаемых браков и снижение рождаемости, ситуация изменилась только в 1944 году, когда ощущалось приближение победы. Государство для преодоления демографического кризиса выпустило несколько законодательных актов: например, летом 1944 года был принят Указ Президиума Верховного Совета СССР «Об увеличении государственной помощи беременным женщинам, многодетным и одиноким матерям, усилении охраны материнства и детства, об установлении высшей степени отличия – звания "Мать-героиня" и учреждении ордена "Материнская слава" и медали "Медаль материнства"». Предпринятые меры способствовали росту числа заключенных браков, потому что с этого момента пары, состоящие в отношениях сожителства, теряли все права. Но для института семьи военные годы остаются периодом глубокого кризиса, поскольку растет число одиноких людей, беспризорных детей, молодых вдов, возникает ощутимая диспропорция полов.

Обратимся к анализу фамилистического дискурса женской периодики довоенных и военных лет, в качестве эмпирической базы здесь выступают публикации журналов «Работница» и «Работница и крестьянка». Публикации 1930-х годов наглядно демонстрируют, что произошла официальная реабилитация института семьи: дискуссии о свободной любви и революции

быта ушли в прошлое. Но ценности супружества при этом практически не транслируются женской периодикой: центральными темами женских журналов становятся производственные вопросы и труд во имя построения социализма. Ценности родства, как и в предыдущий период, в женской прессе практически не представлены. Ситуация усугубляется массовыми репрессиями середины 1930-х годов, которые также были разрушительными для родственных связей: объявленные враги народа получали не только общественное осуждение, их лишали связи с семьей, заставляя близких людей выступить с публичным отказом от своего родственника. Проблемы адаптации семей врагов народа также актуализируются в это время.

Ценности материнства, напротив, популяризируются в СМИ данного периода: женщина должна совмещать рождение детей и производственную активность. Вопросы воспитания детей широко освещаются женской прессой, это статьи А. Гелиной «Больше заботы о детях», доктора Чернышева «Как уберечь ребенка от заболевания скарлатиной», А. Гарденина «Счастливые дети», Афанасьевой «Два детства», «Больше заботы о дисциплине детей», Ю. Левина «Каким детям нужны вспомогательные школы» и др. Принятый в 1935 году закон «О ликвидации детской беспризорности и безнадзорности» также нашел отражение в публикациях женской прессы, редакции акцентировали внимание на том, что дети, за которыми не присматривает семья, очень часто оказываются уличены в мелком хулиганстве и других нарушениях закона, родительская халатность в вопросах воспитания подрастающего поколения может обернуться штрафом или изъятием детей из семьи.

Снижение рождаемости, высокий процент малодетных семей привели к тому, что специализированная периодика стала больше внимания уделять проблемам репродуктивного здоровья. Высокая смертность рожениц и гибель новорожденных были обусловлены отсутствием квалифицированной помощи, многие женщины обращались к повитухам, выбирая домашние роды. СМИ вели пропагандистскую кампанию по предотвращению родов в бытовых

условиях. Публикации «Родильный дом» Т. Петровой, «На берегу реки Волхов» Киселевой, «В сосновом бору» А. Постниковой посвящены обозначенной теме.

В середине 1930-х годов женская пресса стала дискуссионной площадкой по обсуждению законопроекта о запрете прерывания беременности: на страницах периодики высказывали собственную позицию по данному вопросу врачи, государственные деятели, работницы, крестьянки и их мужья. Например, статья пр. Лурье «Гигиена беременности» содержит статистику осложнений после абортов, перечисляет репродуктивные риски и заболевания, связанные с подобным медицинским вмешательством. В рубрике «Отклики на заметки рабселькорок» публикуют письма читательниц, которые не согласны с подобной законодательной инициативой, поскольку планирование родительства, по их мнению, является затруднительным из-за проблем с контрацепцией, а постоянные роды мешают общественной реализации женщины, поэтому аборт – это вынужденная практика регулирования рождаемости. Дискуссии были остановлены 27 июня 1936 года, когда было подписано постановление ЦИК и СНК СССР «О запрещении абортов, увеличении материальной помощи роженицам, установлении государственной помощи многосемейным, расширении сети родильных домов, детских яслей и детских садов, усилении уголовного наказания за неплатеж алиментов и о некоторых изменениях в законодательстве о разводах».

Ценности многодетного родительства также характерны для фамилистического медиадискурса 1930-х годов, актуализация темы связана с сокращением численности населения, по мнению государства, вопрос может быть решен за счет стимулирования рождаемости. Поэтому женская пресса обращается к этой проблеме с определенной регулярностью: *«Десятки матерей Мошенского района получают государственное пособие по многосемейности. Спасибо товарищу Сталину за заботу о нас, матерях, которая выражается не только в пособии, но ярко выражена и в новой Конституции. Наша партия окружает заботой и вниманием семью и детей.*

*Трудящиеся так же с любовью относятся к партии, советскому правительству, к товарищу Сталину»*²⁶⁶.

Аксиологические установки, транслируемые периодикой 1930-х годов, представляются собой синтез коммунистических идеалов и традиционных морально-нравственных ориентиров, это связано прежде всего с ценностями супружества. Теперь порицаются добрачные связи и сожителство, рождение детей вне брака, значимыми являются верность, равенство и уважение. Ортодоксальный выбор супруга, принятый в патриархальных семьях, не довлеет над советскими людьми, желающими вступить в брак: у них существует полная свобода при поиске партнера. Но при этих положительных изменениях есть и негативные явления: можно говорить о вмешательстве общественных структур – партии, комсомола, профсоюзных организаций – в дела семьи: в публикации «Дела семейные» журнала «Работница и крестьянка» за 1929 год содержатся не только примеры внешнего воздействия отделов социальной помощи, отдела народного образования в частную жизнь, но и призывы редакции делать это на постоянной основе, *«контролировать дела семейные»*²⁶⁷. Общественные, коллективные ценности преобладали над индивидуальными, ценности супружества и родства были отнесены к категории последних. Произошло противопоставление личности и коллектива, бóльшую значимость имела сплоченность, общность. Государство контролировало в том числе и частную сферу, семью как социальную ячейку.

Таким образом, фамилистический дискурс 1930-х годов характеризуется неоднородностью: ценности родительства представлены в этот период наиболее ярко, ценности супружества и родства находятся на периферии и практически не освещаются.

Ценности семьи в военное время уходят на второй план, но тем не менее СМИ реагируют на общественные запросы, поэтому данная тема продолжает присутствовать в повестке дня женской периодики. Семья, представленная на

²⁶⁶ Вьюгин Ф.А. Спасибо товарищу Сталину // Работница и крестьянка. 1937. № 4. С. 26.

²⁶⁷ Е.О. Дела семейные // Работница и крестьянка. 1929. № 16. С. 32.

страницах женских изданий анализируемого периода, однопоколенная, неполная, среднедетная, главной ценностью теперь становится верность и поддержка супруга, который сражается на фронте. Образы отца и матери традиционно относятся к категории архетипов, поэтому в период Великой Отечественной войны происходит отождествление матери и Родины: «Она учила их стоять, вскормила их, любя. Не подведут Отчизну-мать, не подведут себя!»²⁶⁸, советского вождя и отца: «Отчизны дом для всех нас свят и мил, мы отстоим его своим трудом и кровью. Нас мудрый Сталин этому учил своей большой отеческой любовью»²⁶⁹. Собираательные образы показывают заботу о будущем советского народа, о мирном небе над головой.

Пресса агитирует женщин отдать все силы для обеспечения нужд армии, но при этом важно подчеркнуть, что и для своих детей мать превращается в основного добытчика, что означает полную ответственность за жизнь и здоровье детей, ценности материнства здесь становятся преобладающими. Темы женского патриотизма, труда выходят на первые полосы изданий: в борьбе с фашизмом важна работа не только фронта, но и тыла, за его координацию и отвечали советские женщины, об этом свидетельствуют публикации «Так нужно для родной страны» Э. Волченков, «Все силы на помощь фронту» К. Львовой, «Мы бойцы тыла» Е. Бовыкиной, «Железнодорожница на боевой посту» М. Анчаровой, «Помогаем фронту» Е. Вишняковой.

Ключевые аксиологические постулаты данного периода, с одной стороны, индивидуальные: самоотверженность, жертвенность, самоотдача, стойкость, храбрость и героизм, в публикациях женской периодики носителями этих качеств являются современницы, которые целеустремленны и патриотичны, верны Отчизне и готовы к трудовым и ратным подвигам. Но, с другой стороны, без сплоченности, коллективизма, взаимоподдержки пережить это трудное время было невозможно.

²⁶⁸ Полонская Е. Она учила их стоять...// Работница. 1943. №. 6-7. С. 5.

²⁶⁹ Щелоков М. Как благороден, женщина, твой труд // Работница. 1944. № 3. С. 11.

В период войны значимыми становятся и ценности родства. Так, вклад героических семей в победу над фашизмом освещен в многочисленных публикациях журнала «Работница», например, в портретных очерках М. Мержанова «Семья Ануш Онанян», Е.Т. Покликушкиной «Гордость нашей семьи», Т. Айзиной «Ленинградка». Подобные материалы демонстрируют важность таких постулатов, как связь поколений, память, преемственность и наследие, их можно считать основой фамилистического дискурса женской периодики 1940-х годов. Ценности родственных связей отражены в агитационных материалах, адресованных советским гражданам: «Запомни и мсти» А. Ашмариной, «Слово матери» М. Лапировой, «Наказ сыну» М.Н. Обручниковой, «Письмо дочурке» А. Филатова, «Гнев матери» Е. Вишняковой. Главная мысль обозначенных статей – призыв к воинам отомстить фашистским захватчикам за разоренные земли, жизни отцов и детей, разрушенные семьи.

Большой процент публикаций призывают сплотиться и оказать посильную поддержку детям фронтовиков; ценности детства и в военное время продолжают оставаться ключевыми: *«Забота о детях нашей страны всегда была неотъемлемой частью заботы партии и правительства о трудящихся. И теперь, в дни Великой Отечественной войны, в суровой обстановке, в условиях жесточайшего режима экономии на всем, дети не забыты»*²⁷⁰. Редакции женских журналов регулярно размещают материалы о помощи детям: будни ребят в пионерском лагере в тылу, работа по организации учреждений для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, шефская помощь школам и детским садам. Здесь выделим такие публикации, как «Восстановим детские ясли» Е. Мухиной, «Здравница для подростков», «О моей семье помнят и заботятся» А. Цветковой, «Летний отдых детей» Е. Филипповой и др.²⁷¹ Статьи показывают фронтовикам, что их дочери и

²⁷⁰ Евтеева. Детям – нашу любовь и заботу! // Работница. 1943. №. 6-7. С. 10.

²⁷¹ Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О. Семейно-бытовой дискурс женской прессы советского периода // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. №1 (47). С. 53-62.

сыновья под присмотром, даже в такое сложное для страны время они имеют право на детство: *«Идет война. Вся страна живет напряженной трудовой жизнью, стремясь как можно скорее сокрушить черную силу фашизма. Но опаляющее дыхание войны не должно омрачать детство наших ребят. Мы обережем его ради будущего, в которое они войдут полными жизненных сил. Наши дети с глубокой благодарностью будут помнить о своих отцах и матерях, вынесших на своих плечах тяжелый груз войны»*²⁷².

В 1944-1945 годах наметился перелом в военных действиях, женские журналы откликаются на эти изменения, включив в повестку темы, связанные с мирной жизнью: необходимо возродить хозяйства, задуматься о восстановлении сел и городов, налаживать быт. Статьи бытового плана появляются регулярно на страницах женских изданий: «Готовьтесь к огородному севу!», «Первые весенние работы на огороде», «Об уходе за огородными растениями» А. Агапова, «Ухаживайте за огородом» агронома Н. Максимовой, «Чистота в быту и борьба с заразными болезнями» Центрального института санпросвета Наркомздрава СССР, «По грибы, по ягоды» А. Волковой и др. Ценности домашнего очага, уюта дают надежду миллионам советских людей, что уже совсем скоро страна будет праздновать победу, вернется к мирной жизни.

Государство, понимая масштаб человеческих потерь, вновь обращается к ценностям многодетности, эта тема появляется на страницах «Работницы» в 1945 году. Редакция восхваляет многодетных матерей, разместив в №2-3 фотопортреты женщин-героинь, воспитавших более восьми детей (Приложение 2.3), а затем последовательно публикует истории каждой из них.

Тема репродуктивного здоровья семьи также появляется только в первых номерах «Работницы» за 1945 год, здесь нужно упомянуть материалы о важности грудного вскармливания: «Значение грудного вскармливания», «Правильно кормите грудного ребенка» доцента Центрального института

²⁷² Филиппова Е. Летний отдых детей // Работница. 1944. №. 6-7. С. 16.

санитарного просвещения Наркомздрава СССР Э.С. Мошкевича. В данных публикациях подчеркивается значимость естественного кормления малыша, даются квалифицированные советы по введению первого прикорма. Кроме этого, в № 1 от 1945 года вышел материал доктора Ф.М. Азерляна «Комнаты личной гигиены женщины на производстве» о важности предотвращения и профилактики болезней репродуктивной системы. Здоровая женщина – это ценность для советского государства, потому что после миллионных потерь, которые явились следствием военных действий, необходимо возрождать страну, увеличивать число браков и рождаемость.

В довоенные и военные годы фамилистическому медиадискурсу были свойственны следующие характеристики:

– Трансформация семейной политики советского государства, выраженная в принятии ряда законов, в том числе и Конституции 1936 года, отразилась на отношении к данному социальному институту: поощряются многодетные семьи, осуждаются разводы и незарегистрированные союзы. Брак и родительство признаются значимыми ориентирами советского человека наряду с общественной реализацией. Тем не менее, семейные ценности вторичны по своему значению, на первый план выходят ценности коммунистические.

– По структурно-содержательным характеристикам женская пресса данного периода унифицирована, она представлена общественно-политическим женским журналом, схожим по своим рубрикам и наполнению. С позиции фамилистического медиадискурса тематическими доминантами являются следующие: запрет искусственного прерывания беременности, сохранение женского репродуктивного здоровья, совмещение общественной деятельности женщины и материнства. В военные годы актуализируются темы исторической памяти, жертвенности и долга, помощи детям и семьям фронтовиков. В последние годы войны нужно отметить возвращение в

женскую периодику публикаций бытовой направленности, темы воспитания и образования детей.

– **Функционально-жанровые особенности** фамилистического медиадискурса обусловлены спецификой анализируемого периода. Военное время способствовало возвращению художественной публицистики в женские журналы, литературные произведения создавали архетипические образы Родины-матери и вождя-отца. Появляется большое количество очерковых материалов, которые восславляют героев войны, трудовые династии, многодетных матерей. Пропагандистские интонации характерны для дискурса данного периода: необходимо бросить все силы для победы, верить в нее, делать все возможное для ее приближения.

– **Ценности** родства возвращаются в женскую периодику, они транслируются в публикациях о трудовых династиях, о важности исторической памяти и связи поколений. Ценности супружества и родительства также представлены, что обусловлено демографическим кризисом и необходимостью повышения рождаемости.

Фамилистический дискурс периодики для женщин 1930-1940-х годов является откликом на вызовы времени; ценности родительства, родства и супружества являются традиционными, поэтому позволяют использовать их в качестве агитации, призывов бороться с фашистской оккупацией. Для аудитории наличие в прессе семейно-бытовой тематики – это возможность ненадолго отвлечься от ужасов войны, представить, что уже в ближайшем будущем ожидает мирная жизнь и привычные будни, нужно будет мобилизовать ресурсы для восстановления страны и налаживания быта людей. Ценности родства, не являющиеся значимыми для женской периодики прошлого периода, вновь становятся здесь главенствующими: теперь это выражается в теме памяти поколений, сохранении истории своей семьи и семейных реликвий. Таким образом, аксиологический кризис фамилистического дискурса прессы первого десятилетия советской власти

сменился на противоположную ситуацию, ценности семьи в военное время являются значимыми, наряду с ценностями коммунизма и коллективизма.

3.1.2. Особенности фамилистического дискурса женской прессы послевоенного времени

Послевоенный период характеризуется новыми изменениями семейной политики СССР, прежде всего, в 1940-1950-е годы основные нормативно-правовые акты были направлены на адресную поддержку семей погибших воинов, так, в сентябре 1945 года было принято Постановление СНК СССР «О мероприятиях по оказанию помощи демобилизованным, семьям погибших воинов, инвалидам Отечественной войны и семьям военнослужащих». С середины 1950-х годов принимаются меры социальной поддержки матерей-одиночек: в сложившихся условиях преобладания женского населения рождение ребенка в неполной семье является нормой, общественно порицаемой, но необходимой для демографии.

Основополагающим и определяющим семейную политику государства на многие годы вперед становится принятый в 1969 году «Кодекс о браке и семье РСФСР», он постулирует ценности супружества, материнства и детства, ратует за ответственное отношение к институтам семьи и брака, отвергает губительные для супружества и семьи пережитки прошлого. Новое законодательство определило имущественные права супругов, процедуры заключения и расторжения брака, установления отцовства. Главный ориентир семейной политики – реализация прокреативной функции, связанной с воспроизводством населения, поскольку для 1950-х годов был характерен кризис рождаемости: отсутствовало даже простое замещение поколений. Принятый кодекс также укреплял статус многодетности – таковыми считались семьи, где воспитываются пять или более детей.

В 1970-е годы значимым шагом семейной политики является оказание помощи малоимущим семьям, так, в 1974 году публикуется Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О дальнейшем увеличении материальной

помощи малообеспеченным семьям, имеющим детей». Задачей государства в 1970-1980-е годы становится формирование идеологически правильного образа «счастливой советской семьи», поощряется полная семья с детьми, принимаются дополнительные меры по защите материнства и детства, что способствует увеличению рождаемости и количеству заключенных браков.

Фамилистический дискурс женской прессы послевоенного периода (1946-1991) нами будет рассмотрен через анализ публикаций непохожих по своей информационной политике изданий – журнала «Советская женщина» и альманаха «Женщина и Россия» («Мария»). Традиционным для своего времени изданием, которое сочетает на своих страницах социально-экономическую проблематику и художественно-публицистическую составляющую, является «Советская женщина». По тематическому наполнению журнал во многом повторяет дореволюционные издания семейно-бытового типа, так как имеет схожие рубрики, например, «Советы молодой хозяйке», «Вы и ваша семья», «Шейте сами», «Педагогические беседы», «Моды». Публикации, связанные с ведением домашнего хозяйства, созданием уюта, погружают в атмосферу традиционной семьи. Женщин снова поощряют заниматься шитьем и вязанием, кулинарией и заготовками, садоводством и цветоводством. Успешная женщина 1960-1970-х годов – это общественница, которая успевает совмещать решение производственных вопросов и семейную жизнь с ведением хозяйства и воспитанием детей. Ценности супружества и родительства становятся значимыми и популяризируемыми, государство готово поддерживать семью и способствовать повышению рождаемости, о чем говорят меры социальной политики.

Самообразование и саморазвитие женщины – еще одна важная тема этого периода, пресса берет на себя функцию расширения кругозора современницы, поэтому редакции публикуют множество материалов о других странах и обычаях, литературные произведения и путевые очерки, рецензии и обзоры. Рубрики «Советской женщины», отвечающие за обозначенное направление: «Вокруг нас», «Путешествия по странам и континентам», «Не правда ли,

интересно?», «На сменных полосах», «Навстречу Всемирному Конгрессу женщин» и др. Образованная женщина сможет достойно воспитать своих детей, в этот период процесс социализации детей возложен не только на школы и ясли, но и на родителей.

Ценности родительства в послевоенный период относятся к категории значимых, повышение рождаемости необходимо из-за серьезной убыли населения в военные годы. В «Советской женщине» регулярно выходили материалы, посвященные вопросам репродуктивного здоровья, охране материнства, снижения процента детской смертности. Здесь стоит выделить статью заместителя министра здравоохранения СССР М. Ковригиной «Мать и дитя в Советском Союзе. Новая пятилетка и вопросы охраны материнства и детства» о мерах, которые предпринимает правительство для решения демографической проблемы: основной акцент сделан на работе системы учреждений здравоохранения и образования – увеличении числа родильных домов, яслей, детских комбинатов, женских консультаций, молочных кухонь. Автор отдельно фокусирует внимание читателей на том, что снижение младенческой и женской смертности стало возможным благодаря профилактическим мероприятиям и постановке беременных женщин на обязательный учет.

Здоровье женщин и здоровье новорожденных имеют важное значение для государства, поэтому стимулируются научные открытия в этой сфере, о подобных исследованиях журнал «Советская женщина» информирует свою аудиторию, например, в публикациях «Широкое признание» А. Николаева и «Роды без боли» Д. Агатовой говорится об экспериментальной методике психопрофилактического обезболивания родоразрешения. Для беременных женщин или молодых матерей с детьми, которым необходимо курсовое лечение, создана серия программ в санаториях и профилакториях, СМИ освещают и данное направление, об этом свидетельствуют статьи «Здесь отдыхают будущие матери» В. Боголюбовой, «Санаторий "Мать и дитя"» А. Кириченко и др. Регулярная рубрика «Советской женщины» «Советы врача»

посвящена первым годам жизни ребенка: его досугу, питанию, здоровью, в отдельных номерах можно увидеть советы и будущим матерям по распорядку дня, физической активности, продуктам питания, например, экспертная статья доктора наук О. Молчановой «Питание женщины в период беременности и кормления ребенка».

Ценности воспитания, психологического здоровья детей также характерны для данного периода, это преимущественно связано с формированием образа идеальной советской семьи, в которой и родители, и дети должны соответствовать самым высоким коммунистическим идеалам. Для тиражирования такого образа все больший процент журнальных площадей выделяется под педагогическую тематику: «Наука добра» О. Образцовой, «Духовный мир ребенка», Л. Рувинского, «Секреты новой морали» В. Колбановского, «О гордости человеческой» Э. Кузнецовой, «Воспитание личности. Жареные рёбрышки прямо в рот?» М. Ценципер, «Поучительная беседа» Е. Трифоновой, «Будущий семьянин» Э. Костяшкина и мн.др. Отметим, что духовно-нравственные постулаты вновь становятся основой воспитания и образования детей.

Многодетное родительство в издании «Советская женщина» также представлено, что отвечает вызовам времени и проводимой государством семейной политике, например, материал «Щедрость сердца» А. Еланчука о семье Касымовых, в которой воспитывалось двадцать детей, или «Мать-героиня». В публикации «На семейный праздник – в Кропоткино» ценностям многодетности и ценностям родства посвящен двухдневный праздник, в котором принимают участие не только местные жители, но и гости: *«Тысячи людей, собравшихся на центральной площади, чествовали своих земляков – трудовые династии и многодетные семьи, которыми гордится город, золотых и серебряных юбиларов»*²⁷³. Важно, что тема семейных династий достаточно

²⁷³ На семейный праздник – в Кропоткин // Советская женщина. 1982. № 2. С. 13.

регулярно транслируется женской периодикой, что показывает связь поколений, важность родственных отношений, память предков.

К популяризации ценности супружества женская периодика приходит на рубеже 1960-1970 годов, когда принимается новый «Кодекс о браке и семье РСФСР», традиционной становится рубрика журнала «Вы и ваша семья», публикации этого раздела посвящены тому, что общественная самореализация женщины – это не единственный ориентир, нужно для достижения успеха совмещать еще и роли жены, матери и хранительницы домашнего очага. Так, в статье «Когда медовый месяц позади» Е. Дворникова ставится проблема распределения внутрисемейных ролей, уделяется внимание вопросам психологического климата в семье, нравственным основам воспитания детей, общесемейному досугу. Такой подход для женской периодики советского периода ранее был нехарактерен.

Но транслируемый образ идеальной советской семьи удалось разрушить изданию, которые выбивалось из перечня традиционной советской женской прессы, – это альманах «Женщина и Россия» (позднее – «Мария»). Данное издание впоследствии стали называть «первым феминистским самиздатом». Выпускавшие альманах участницы диссидентского движения акцентировали внимание современниц на проблемах, о которых не было принято говорить вслух, поскольку они были стигматизированными: например, это вопросы репродуктивного насилия, грубого отношения к роженицам в родильных домах и женских консультациях, семейно-бытовые конфликты и домашнее насилие. Иными словами, редакция транслировала точку зрения, что все предлагаемые советской прессой образы являются лишь фикцией, за которой скрываются неприглядные реалии жизни советской женщины и ее семьи.

В 1980 году альманах из-за гонений на авторов меняет название на «Марию» и начинает печататься за пределами Советского Союза, но распространяется на его территории. При журнале начинает работу дискуссионный женский клуб, темы для обсуждения предлагаются злободневные и претенциозные: формальность равенства мужчин и женщин в

СССР, отношение к матерям-одиночкам, положение женщины в пенитенциарной системе Советского Союза и пр. Публикации издания отличались экспрессией и оценочностью.

Аксиологические постулаты, которые разделяли авторы альманаха, – это индивидуализм, свобода самовыражения, равенство, самореализация. Семейные ценности в издании подвергались остракизму, во многом из-за специфики функционирования института семьи в советский период. Материалы, в которых освещалась тема семьи, в большей степени имели проблемный характер и транслировали антиценности. Таким образом, можно говорить о специфике фамилистического медиадискурса данного периода, которая выражалась в неоднородности и тиражировании как ценностей семьи, так и антиценностей.

Рассмотрим отдельные публикации альманаха. Одним из самых популярных вопросов становится положение женщины в семье. В 1980 году выходит даже отдельный выпуск, где появляется отдел «Женщина и семья». С критикой современного состояния данного института выступает Т. Горичева в публикации «Антивселенная советской семьи». Автор утверждает, что новый вариант традиционного института отличается искусственностью и псевдоценностями: *«Советская семья – это микро-ГУЛАГ в большом советском макро-ГУЛАГе. Все в советской семье делается для того, чтобы обезличить, подавить, растоптать личность, растворить ее в биологически-родовом и социально-принудительном. Семья отрывается от целого, от смысла, лишает человека свободы»*²⁷⁴. Коммунистические идеалы, по мнению автора, разрушили традиционную семью, которая строилась на морально-нравственных традиционных постулатах, теперь данный социальный институт делает личность несвободной, зависимой.

Н. Малаховская также обращается к данной теме, в своей колонке «В ненасытной утробе» она критикует государство и его структуры за

²⁷⁴ Горичева Т. Антивселенная советской семьи // Мария. 1982. № 2. С. 36.

вмешательство в частную жизнь. Женщина, на которую возложено большинство домашних обязанностей наряду с работой, не только должна справляться с этим, но еще и подвергается психологическому давлению со стороны общественности: как часто проводится уборка, из каких блюд состоит рацион семьи, какие досуговые мероприятия выбираются для образования и просвещения детей, в чем одеты члены семьи и т.д. Подобный гнет, по мнению автора, влияет на психологическое здоровье женщины, заставляет разочароваться в институте семьи.

Расхождения между ожиданием и реальностью от замужества для женщины демонстрирует еще один материал Т. Горичевой – «Ведьмы в космосе», ценности супружества здесь также нивелируются: *«женщина просто физически не может иметь столько детей, сколько ей хочется, чтобы удовлетворить свою потребность в материнской любви: негде жить, не на что кормить – да и сама умрешь с голоду, если будешь сидеть дома с детьми вместо того, чтобы работать по восемь часов в день. <...> итак, женщине отказано в том, чтобы быть женщиной в личной и семейной жизни»*²⁷⁵.

Представители редколлегии и авторский корпус альманаха утверждают, что назрела необходимость пересмотра ценностей и устоев советской семьи и положения женщины в обществе, декларируемые равенство и свобода являются декоративными, формальными, поэтому единственно возможным путем решения проблемы является пересмотр внутрисемейных ролей и обязанностей. В публикации А. Сарибан «Женщина и быт» все внутрисемейные активности разделены на две категории – содержательные и рутинные. Если первые связаны с хобби и самореализацией, то они позволяют женщине быть гармоничной, счастливой, рутинные же активности должны быть разделены между всеми членами семьи независимо от пола и возраста. Только подобная мера позволит сохранить психологическое здоровье женщины.

²⁷⁵ Горичева Т. Ведьмы в космосе // Мария. 1981. № 1. С. 12-13.

Наибольший общественный резонанс вызвала статья «Хозяин семьи» авторства А. Лавуа. Бытовые проблемы, которые уже были рассмотрены другими авторами альманаха, здесь дополняются примерами домашнего насилия и тирании со стороны супруга, жертвами становятся все члены семьи. Статья описывает несколько уголовных дел, заведенных по факту семейно-бытовых конфликтов. Автор акцентирует внимание на том, что многие жертвы домашнего насилия дают обидчику отпор и, как следствие, оказываются заложниками пенитенциарной системы, поскольку превышают пределы необходимой самообороны. Основной причиной семейно-бытовых конфликтов автор называет бытовое рабство женщины: *«Откуда оно, это рабство? Может, из глубины каких-нибудь троглодитских времен, когда женщина была, так сказать, кухонно-постельной принадлежностью? <...> "Свободная" от свободного времени, измотанная очередями в магазинах после рабочего дня, дурным обслуживанием так называемой службы быта, женщина быстро старится, чувствует, что теряет свою женственность и привлекательность, что уже никому, кроме мужа (впрочем, и ему тоже) неинтересна и ... позволяет обращаться с собой так, как и с рабынями-наложницами не обращались»*²⁷⁶. Публикации подобной модальности, на наш взгляд, негативным образом отражаются на ценностях супружества и семьи.

В рамках данного диссертационного исследования представляет интерес и отображение ценностей материнства/родительства в диссидентском самиздате. Одна из публикаций альманаха начинается с признания значимости материнства: *«выполнить свое назначение матери – это величайшее благо, предназначенное женщине природой...»*²⁷⁷. Но далее материал приобретает проблемную модальность, автор акцентирует внимание на таких антиценностях, как быт матерей-одиночек, насилие по отношению к женщинам в роддомах и консультациях, ужасы абортариев и мн.др. В итоге складывается противоположная картина: женщина должна серьезно задуматься о том, стоит

²⁷⁶ Лавуа А. Хозяин семьи // Мария. 1981. № 1. С. 39.

²⁷⁷ Голубева В. Обратная сторона медали // Женщина и Россия. 1980. № 1. С. 53.

ли ей становиться матерью: *«Но в Советском государстве есть право выбора. Если вам не по плечу тяготы жизни с ребенком, предоставляется возможность не рожать его. В Советском Союзе официально разрешаются аборт. <...> Если женщина решилась на аборт, ей предстоят настоящие «хождения по мукам»*²⁷⁸.

Тема абортов, беременности, родов раскрывается в материалах Т. Беляевой «Плачет Рахиль о детях своих», Е. Дорон «Кто виноват?». Авторы описывают свой репродуктивный опыт: в первой статье – насилие при родах, во второй – отношение медперсонала к новорожденным: младенцам давали снотворное люминал, чтобы те вели себя тихо. Данный медицинский препарат имеет побочные эффекты, связанные с изменением психики.

Но самым неоднозначным по своему послы можно считать публикацию Р. Баталовой «Роды человеческие», в данном материале, кроме темы насилия медперсонала в отношении женщин и проблем, связанных с прерыванием беременности, ставится вопрос о необходимости отказа от деторождения, ценности материнства здесь искажены до неузнаваемости: *«Беременность с ее несомненной паразитической сущностью убивает в тебе юность. Твою веру. Смысл твоего собственного существования. Все для потомства, предпочтительно мужского!»*. <...> *Он же продолжает лицемерно воспевать материнство. Он одаряет тебя этим уродством, этой болезнью и ты, счастливая, принимаешь его дар, чтобы обрести в этом враждебном тебе обществе хоть какую-то ценность»*²⁷⁹.

Ценности супружества и материнства в диссидентском самиздате показаны в негативном ключе, для совершенствования личности, достижения свободы женщине необходимо отказаться от тех догм, которые управляют ее повседневным поведением. Советская семья и ее ценности высмеиваются авторами публикаций, их считают искусственными, наносными. Возникает существенный диссонанс между тем фамилистическим дискурсом, который

²⁷⁸ Там же. С. 57.

²⁷⁹ Баталова Р. Роды человеческие // Женщина и Россия. 1980. № 1. С. 44-45.

формируют публикации журнала «Советская женщина», и тем, что тиражирует «Женщина и Россия» («Мария»). Проблематизация повестки, модальность публикаций, специфика подачи информации – это те критерии, которые отличают самиздат от традиционной женской периодики.

Фамилистический дискурс женской прессы послевоенного периода характеризуется следующими особенностями:

– В первое десятилетие после победы основой семейной политики становится поддержка матерей-одиночек и родственников погибших воинов. Позднее главными вопросами являются повышение рождаемости и укрепление института семьи, что транслируется «Кодексом о браке и семье РСФСР» 1969 года. Государство популяризирует ценности многодетности.

– **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического медиадискурса обусловлены существованием двух типов женской периодики – общественно-политического журнала и диссидентского самиздата. Тематические особенности первого – являются традиционными для советского периода: сочетание общественной роли женщины с материнством и супружеством, вопросы воспитания и образования детей, здоровье семьи, а также свойственные периодике дореволюционного периода вопросы ведения домашнего хозяйства, рукоделие и мода. Тематическими доминантами женского самиздата выступают темы, разрушающие образ счастливой советской семьи, ранее эти вопросы не поднимались периодикой, были стигматизированными: репродуктивное насилие, семейно-бытовые конфликты, угнетение женщины в семье и пр.

– **Функционально-жанровые особенности** фамилистического медиадискурса женской периодики также дуалистичны: общественно-политический журнал продолжает в жанре портретного очерка, интервью и репортажа говорить об успехах женщин в производственной и семейной сфере, в информационных жанрах отчета и заметки рассказывать о специфике семейной политики государства, принимаемых законах и постановлениях. Женский

самиздат отличается деструктивной модальностью, эмоциональностью и критицизмом, возвращает стилистику манифеста, воззвания, призыва, требует изменить положение женщины в обществе, традиционное разделение ролей.

– Основными **аксиологическими постулатами** послевоенного периода являются ценности семьи, супружества, многодетного родительства, семейной коммуникации, взаимообогащения, заботы, диалога, воспитания и социализации детей. Феминистский самиздат культивирует индивидуальные ценности равенства и свободы, критикует ценности советской семьи, нивелирует значение семьи как социального института.

Подводя итоги, отметим, что СМИ обращаются к темам, которые показывают кризис системы ценностей, в определенные исторические периоды, когда ощущается нестабильность политической сферы и общество испытывает недовольство проводимыми реформами. Так, отрицающим ценности семьи был дискурс женской общественно-политической периодики дореволюционного периода, в 1980-е годы схожие тенденции демонстрирует диссидентский самиздат. Но чаще всего ценности родства, супружества, родительства социумом принимаются как значимые, традиционные, поэтому СМИ транслируют именно их, находя разные направления и формы подачи. В следующем параграфе рассмотрим особенности фамилистического дискурса еще одной группы специализированной периодики – педагогических журналов.

§ 3.2. Фамилистический дискурс педагогических журналов советского периода

Советская педагогическая периодика начала свое развитие после публикации декретов о принципах нового воспитания. Большинство дореволюционных специализированных журналов по педагогике были ликвидированы в первые два года советской власти, им на смену пришли новые издания: «Коммунистическое просвещение» (1920-1930), «Народное просвещение» (1918-1921), «На путях к новой школе» (1922-1933), «Народный учитель» (1924-1935). Так, журнал «Народное просвещение» публиковал

нормативно-правовые документы сферы образования, акцентировал проблемы ликвидации безграмотности, подготовки педагогических кадров для молодого государства. Схожая информационная повестка была характерна и для издания «Коммунистическое просвещение», в нем ставилась задача создания школ, кружков для обучения грамотности. В 1931 году редакции двух журналов были объединены.

Педагогическое издание «На путях к новой школе» относилось к категории научных, это орган научно-педагогической секции Государственного ученого совета, его редактор – Н.К. Крупская, журнал объединял учителей и педагогов для решения проблем советского образования. В 1928 году начинается выпуск педагогического издания «Дошкольное воспитание», которое издается и по сей день. Его целью было оказание методической поддержки работникам системы дошкольного образования, в качестве отдельного читательского адреса была обозначена и семья.

Советское государство выстраивает новую систему педагогической журналистики, где ведущие позиции занимают методические издания по отдельным предметным областям: «Русский язык в советской школе» (1929-1931), «Математическое образование» (1928-1930), «Обществоведение в трудовой школе» (1927-1930), «Физика, химия, математика и техника в трудовой школе» (1927-1932), «Искусство в школе» (1927-1930) и др., а также узкоспециализированные издания «Педология» (1928-1932), «Вопросы дефектологии» (1928-1931), «Психология» (1928-1932). Акцент в педагогических журналах делался на поиске новых методик и инструментов воспитания, главная роль в процессах социализации и образования отводилась теперь не семье, а дошкольным и школьным учреждениям. Поэтому данный тип периодики освещал отечественный и зарубежный педагогический опыт, служил дискуссионной площадкой по проблемам системы образования.

В 1930-е годы постепенно ликвидируется большинство педагогических журналов, им на смену приходит издание «Советская педагогика» (1937-1991), орган Наркомпроса РСФСР. Журнал объединяет вокруг себя преподавателей

высшей школы, научных сотрудников, для которых предметом интереса являются народное образование и педагогическая наука.

После Великой Отечественной войны педагогическая периодика пополнилась новыми изданиями, среди них «Народное образование» (1946-наст.вр.), «Школа и производство» (1957-наст.вр.), «Школа-интернат» (1961-1965), «Вечерняя средняя школа» (1958-наст.вр.), «Среднее специальное образование» (1954-1991), «Дефектология» (1969-наст.вр.).

В 1946 году начинается выпуск журнала «Семья и школа», он затрагивает широкий спектр вопросов: внешкольное образование и воспитание, диалог родителей и педагогов, семейное чтение, образовательные методики и др. В 1980-е годы расширяется перечень методических изданий: «Музыка в школе» (1983-наст.вр.), «Информатика и образование» (1986-наст.вр.) и т.п.

Развитие фамилистического дискурса педагогической периодики советского периода рассмотрим через анализ публикаций отдельных журналов, их перечень и основные характеристики представлены в таблице 11.

Табл. 11. Эмпирическая база исследования педагогической прессы советского периода

Название издания	Годы выхода	Издатель / редактор	Тип издания	Примечания
первое десятилетие советской власти (1917-1927) и довоенные и военные годы (1928-1945)				
«Дошкольное воспитание»	1928 – наст. вр.	Нарком прос РСФСР	педагогический, научно-методический журнал	Из обращения к читателям: «журнал должен стать той справочной книгой в педагогической работе, как и в ряде организационных вопросов и наконец, по линии помощи семье в воспитании ребенка. <...> Здесь должны иметь место и статьи общего руководящего и организационного характера по вопросам дошкольного воспитания. Дальше, большое место в журнале

				должен занять раздел методики, должен быть выделен в журнале и такой раздел, как дошкольное воспитание за границей. Кроме того, журнал должен дать педагогам материал по вопросам библиографии (детской и педагогической литературы) и, наконец, хронику наиболее важных моментов работы в области дошкольного воспитания».
послевоенные годы (1946-1991)				
«Семья и школа»	и	1946 – наст. вр.	Академия педагогических наук РСФСР	педагогический журнал
Из программной статьи журнала: «Забота о детях, их воспитании и образовании в духе коммунизма стала гражданским долгом родителей в Советском Союзе. Более того, у граждан Советского Союза растет ответственность за воспитание не только своих детей, но и детей погибших воинов, оставшихся без родительской ласки и заботы. Для того, чтобы выполнить эти задачи, прежде всего необходима крепкая семья, основанная на подлинно гуманных отношениях между ее членами, организованном трудовом режиме и порядке, авторитетном, моральном руководстве поведением детей со стороны родителей и взрослых членов семьи».				

3.2.1. Специфика освещения семейных ценностей в педагогической периодике первой половины XX века

Традиции дореволюционных изданий, где педагогические журналы были ориентированы на родителей и воспитателей, в первое десятилетие советской власти были утрачены, основным читательским адресом становятся сотрудники системы образования разных уровней, которых нужно объединить и представить им новую педагогическую доктрину и принципы воспитания в

духе коммунистической идеологии. В рамках данного диссертационного исследования нами будет рассмотрено лишь одно педагогическое издание 1920-х годов – это журнал «Дошкольное воспитание», поскольку его читательский адрес включает не только сотрудников сферы образования, но и родителей. Поэтому предположим, что отдельные публикации этого издания могут формировать фамилистический медиадискурс раннесоветского периода.

Как показывает анализ публикаций журнала «Дошкольное воспитание», ведущую роль здесь играли вопросы педагогических образовательных методик для детей раннего возраста, например, статьи М. Эпштейн «О месте дошкольного воспитания в системе народного образования», А. Суровцевой «Планирование работы в дошкольных учреждениях», И. Мельцер, Р. Гофман «О свободной деятельности в детском саду», Р. Скомаровской, Э. Залкинд «Работа объединенного коллектива и дошкольный поход» и др.

Большой процент материалов – это статьи о зарубежном опыте дошкольного воспитания детей, которые составляли почти треть от всех публикаций журнала: В. Федяевская «В американском детском саду», Н. Лабриола «Столетие дошкольного воспитания в Италии», Л. Гешелина «Венский детский сад», Н. Ильин «О дошкольном воспитании в Америке», А. Гелина «Детские сады в Англии» и т.п.

В отдельных номерах журнала присутствовала рубрика «Воспитание ребенка в семье», она и представляет для нас наибольший интерес. В первых номерах данного журнала под указанной рубрикой были опубликованы сразу два материала известного отечественного специалиста по дошкольному образованию Л.К. Шлегер – «Уголок ребенка в семье» и «Наши задачи» (в соавторстве с Р. Орловой), а также одноименная с рубрикой статья А. Гелиной «Воспитание ребенка в семье».

В публикации «Наши задачи» авторы отстаивали идею неразрывности общественного и семейного воспитания для дошкольников, для этого необходимо создать единую развивающую среду, а основными методиками следует считать беседы и наблюдение за окружающим миром. Главной

ценностью процесса воспитания становится формирование свободной личности, для этого дети должны иметь и свободу выбора, и свободу в игре: *«нужно дать широкую возможность играть <...> Игра – это естественная жизнь детей и ни в коем случае не пустая забава. К детской игре надо относиться с величайшим вниманием и серьезностью <...> В игре раскрывается весь духовный мир, весь запас жизненного опыта»*²⁸⁰.

Родители важны в воспитании ребенка, но главенствующая роль принадлежит специалистам – сотрудникам учреждений общественного детского образования. Для просвещения родителей важно разработать комплекс мер, среди которых работа педагогических кружков, формирование рекомендательной библиографии по вопросам воспитания, встречи и родительские собрания. Опыт взаимодействия педагогов и родителей отражен в публикациях журнала «Дошкольное воспитание» Н. Лимоновой «Опыт использования печатного слова в работе с родителями», А. Лейтес «Вечер для родителей детсадов и неорганизованного населения г. Свердловска», Е. Русаковой, Г. Марьямова «Работа кружка домашних хозяек по воспитанию детей» и др.

Здесь важно отметить, что вопрос семейных ценностей редакция не рассматривает, они не являются предметом авторского анализа, их нельзя увидеть при постатейном чтении публикаций журнала. На первый план выдвигаются ценности коммунистические, воспитание детей ориентировано на их передачу и усвоение. Традиционные ценности, свойственные периодике дореволюционного периода, решительно отвергаются, отдельное внимание уделяется отрицанию религиозных постулатов, об этом свидетельствуют публикации Воронковой «Антирелигиозное воспитание дошкольника», Н. Амосова «Антирелигиозное воспитание» и др.

²⁸⁰ Шлегер Л.К., Орлова Р. Наши задачи // Дошкольное воспитание. 1928. № 1. С. 21.

Специфика фамилистического дискурса в первые годы функционирования издания «Дошкольное воспитание» определяется следующими факторами:

– Принцип общественного воспитания детей, предложенный советским правительством, способствовал тиражированию в СМИ индифферентной модели родительства, где вопросы социализации, воспитания и образования ребенка возлагаются не на семью, а на образовательные институты: ясли, сады, школы и т.д. Родители полностью не отстранены от данного процесса, но их роль вторична, они практически не уделяют времени ребенку, так как заняты на производстве, при достижении возраста большей самостоятельности ребенок предоставлен самому себе. По мнению родителей, за воспитание и образование ребенка должны отвечать специализированные учреждения, то есть внешняя среда.

– **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического дискурса педагогической периодики изучаемого периода определяются читательским адресом, это, прежде всего, педагоги. Анализ рынка специализированных изданий обозначенной направленности позволил выявить журнал, рассчитанный не только на представителей образовательной сферы, но и родителей. Тем не менее, тематической доминантой медиасообщений данного издания являются вопросы педагогических методик, зарубежный опыт воспитания и социализации дошкольников и т.п. Тема неразрывности общественного и семейного воспитания представлена в нем эпизодически.

– **Функционально-жанровые особенности** фамилистического дискурса педагогической периодики – это экспертные статьи, новостные материалы, критические обзоры. Родители могут ориентироваться на рекомендательную библиографию, которая предлагает литературу по воспитанию дошкольника, книги для чтения детям.

– **Аксиологические доминанты**, относящиеся к категории семейных ценностей, в исследуемый период педагогическими журналами за редким исключением не тиражируются. Фамилистический дискурс педагогической периодикой практически не формируется, публикации о семейных ценностях представлены в ограниченном количестве, чаще всего здесь упоминаются ценности воспитания и социализации в семье, но они настолько второстепенны на фоне ценностей коммунистического образования, что ими можно пренебречь. Поэтому обозначим данный период временем отказа от ценностей семьи как социального института. Все это подтверждает имеющийся ценностный кризис института семьи.

В довоенные и военные годы информационная политика журнала «Дошкольное воспитание» меняется незначительно, появляется новая рубрика «Детский сад и семья», она выходит с регулярностью 3-4 раза в год, но ее специфика заключается в описании методик взаимодействия с родительским сообществом, здесь можно отметить статьи Е. Толстиковой «О работе с семьей», С. Хазовой «Работа с семьей в детских садах горьковской железной дороги», Р. Брахман «Работа воспитателя детского сада с родителями», А. Надирли «Наша работа с семьей», В. Бырченко «Работа детского сада с семьей», Е. Зейлигер-Рубинштейн «Работа детского сада с семьей в летних условиях» и др. Педагоги дошкольных учреждений делятся собственным опытом, показывают наиболее эффективные формы диалога с родителями – например, Кисарева «Вечера родителей в детском саду», Е. Зейлигер-Рубинштейн «Родительские комитеты», Литвиненко «Конференция родителей», М. Скульская «Кружок для родителей», Г. Голлендер «Районное совещание актива родителей».

Функция семьи в социализации подрастающего поколения здесь обозначена как второстепенная, доминирует принцип «не навреди» общественному воспитанию ребенка, поскольку процесс становления личности подразумевает овладение коллективистскими и организаторскими навыками, реализацию творческого потенциала и формирование материалистического

мировоззрения. Этих целей можно достичь только при условии программного, методического подхода, разработкой и внедрением которого и занимались учреждения образования. На родителей были возложены только вопросы гигиены и питания ребенка, поэтому читательским адресом отдельных публикаций журнала можно считать и членов семьи, примером таких статей являются следующие: Г. Панферов «Как сберечь витамины и соли в пище ребенка», О. Молчанова «Питание детей младших возрастов», Н. Стороженко «О гигиене дошкольника». В них показаны проблемы детского здоровья, которые должны решаться родителями: *«Современное состояние здоровья наших детей-дошкольников нельзя назвать благополучным. Значительная часть детей заражена туберкулезом, многие страдают малокровием, повышенной нервной возбудимостью, обнаруживают слабую сопротивляемость по отношению к инфекциям»*²⁸¹.

Рекомендательная библиография, адресованная не педагогам, а родителям также присутствовала в некоторых выпусках «Дошкольного воспитания», отметим статьи М. Даниловой «Ценная книга по вопросам воспитания в семье (А. Макаренко "Лекции о воспитании детей")», Г. Фортунатова «И.А. Печерникова "О мерах поощрения и взыскания в семье"», Н. Зиневич «Н.К. Крупская о дошкольном воспитании» и др.

Ценности родительства представлены в ограниченном числе публикаций данного издания, они настолько нетипичны для повестки журнала, что вызывают диссонанс с остальным содержанием, это материалы Н. Стороженко «О личном примере родителей», В. Семеновой «Некоторые вопросы нравственного воспитания детей в дни Великой Отечественной войны», А. Быстрова «Наблюдение детьми природы в домашней обстановке», Е. Шабад «Художественное воспитание в семье». Чаще всего воспитание в семье противопоставляется общественному воспитанию, и приоритет отдается именно последнему, наглядно это представлено в статьях Е. Аркина

²⁸¹ Бейлинсон Д. От финиша к старту // Дошкольное воспитание. 1932. № 7. С. 24.

«Индивидуализация воспитания и коллектив», С. Фарской «Детский сад, семья и общественность», В. Цинман, Д. Марголиной «Детский сад и семья».

В военное время отметим публикации, которые помогали родителям рассказывать ребенку о борьбе с фашизмом, во многих из них содержались упоминания художественных произведений, с которыми необходимо ознакомить дошкольника: это статьи А. Волковой, Д. Менджирицкой «Дети и война», Б. Горелиц «Педагогическая пропаганда и воспитание характера ребенка», Н. Менчинской «Дети-дошкольники и Отечественная война».

Фамилистический дискурс педагогических журналов довоенного и военного времени отличается следующими особенностями:

– Семья как социальный институт отстояла свою значимость, но при этом до конца не смогла восстановить функционал, это связано с вопросами воспитания подрастающего поколения. Советское правительство продолжает декларировать принцип общественного воспитания детей, где семье отводится определенная роль, связанная с поддержанием здоровья ребенка, соблюдением режима дня и питания, за формирование морально-нравственных характеристик, образование и физическое развитие отвечают педагогические учреждения. Замещение индифферентной модели родительства на авторитетную модель происходит только в военное время.

– **Тематическое разнообразие публикаций** определяется вопросами взаимодействия образовательных учреждений и родительского сообщества, редкие материалы формируют переход к новой модели родительства, это статьи о нравственном воспитании подрастающего поколения, личном примере родителей, они в большей степени характерны для военного периода. Также присутствует рекомендательная библиография, адресованная родителям.

– Публикации педагогической периодики довоенного и военного времени ориентированы на **решение задачи коммунистического воспитания подрастающего поколения**, выработку методик и инструментов. Большинство

материалов имеют дидактическую и методическую направленность, это влияет в том числе и на жанровую систему педагогических журналов.

– Фамилистический дискурс педагогических журналов транслирует экзистенциальные **ценности родительства**, связанные с заботой о детях, социализацией подрастающего поколения. Как и в предыдущий период, журнал практически не освещает ценности семьи как социального института, на первый план выходят ценности коллективистского, общественного воспитания. Роль родителей заключается в реализации бытовых вопросов: питания, гигиене, поддержании здоровья ребенка. Фамилистический дискурс педагогической периодикой в этот период формируется опосредовано.

3.2.2. Роль педагогических журналов в ретрансляции ценностей семьи в послевоенное время

Послевоенные годы (1946-1991) нами будут рассмотрены через деятельность такого педагогического издания, как «Семья и школа». Необходимо отметить, что другие педагогические издания 40-80-х годов XX века, среди них «Воспитание школьников», «Профессионально-техническое образование», «Народное образование» и т.д. носили преимущественно методический характер, все больше внимания уделяя проблемам школы, теории и практике воспитания и обучения, истории педагогики, педагогической психологии. В некоторых из них в качестве читательского адреса были обозначены родители, однако материалов, посвященных проблемам семейного воспитания, практически не встречается. На первый план выходят методики преподавания отдельных предметов в школе, вопросы дошкольного эстетического и физического воспитания. Это справедливо и для более позднего этапа функционирования педагогических журналов.

Что касается отделов журнала «Семья и школа», они детально описаны в программной статье первого номера: первый отдел посвящен основным вопросам семейного воспитания, здесь систематизированы задачи матери и отца в воспитании детей, а также других членов семьи. Отдельное внимание

уделено вопросам воспитания приемных детей. Отдел наполнен отрывками из произведений известных педагогов прошлого и современности: В.Г. Белинского, Л.Н. Толстого, К.Д. Ушинского, Н.И. Пирогова, П.Ф. Лесгафта. Второй отдел посвящен психофизиологическим особенностям детей дошкольного возраста, третий отдел – вопросам педагогики и гигиены, здесь опубликованы материалы о режиме дня, особенностях организации рабочего места ребенка, специфике досуговой деятельности. Также читатели могут узнать о воспитании патриотизма, трудолюбия, товарищества и других духовно-нравственных основ личности ребенка. Четвертый отдел отведен под письма родителей и ответы специалистов на поднимаемые проблемы. Пятый отдел – библиографический, он содержит рекомендации книг для семейного чтения. Шестой отдел – отдел хроники, обозрения новинок в педагогической сфере, как отечественных, так и зарубежных.

С изданием на постоянной основе сотрудничали не только педагоги, но и психологи, медики, юристы, они оказывали как консультативную помощь, так и писали информационно-справочные материалы в помощь родителям. Большой процент публикаций был посвящен взаимодействию семьи и школы, прописывались направления работы и обязанности каждого из социальных институтов, показывались пересечения их деятельности в воспитательном процессе.

В редакционной статье первого номера за 1957 год взаимодействие родителей и школы описано следующим образом: *«Разделяя вместе со школой ответственность за воспитание детей, вы, родители, вправе требовать, чтобы вам помогали овладевать необходимыми педагогическими знаниями, советовали в трудных случаях, подсказывали, какие принимать решения и как именно действовать»*²⁸². Схожие вопросы поднимаются в статьях Е. Коридалиной «Родители и пионерская организация», К.П. Бориной «Моя работа с родителями», Е. Шнейдера «Трудовое воспитание начинается в семье»,

²⁸² С Новым годом, товарищи родители! // Семья и школа. 1957. № 1. С. 3.

Т.С. Панфиловой «Как помочь ребенку хорошо учиться», А.А. Тихонова «Перспективный план работы школы с родителями», Е.О. Заруди «Родители – активные помощники педагога» и мн.др.

В отличие от предыдущих периодов педагогическая периодика начинает больше внимания уделять ценностям родительства и родства. Настоящей одой матери можно считать редакционную статью № 3 от 1957 года «Счастье материнства», в ней говорится, что *«трудно переоценить роль матери на жизненном пути человека. От нее зависит, будет ли он в жизни трудолюбивым, сознательным, волевым человеком или белоручкой и нытиком. Перечитайте воспоминания многих выдающихся людей. Лучшие строки, полные нежной и благодарной любви, посвящают они матерям, воспитавшим их»*²⁸³. Также в публикации поднимается тема патриархальной семьи, где мужчина возлагает все обязанности по ведению домашнего хозяйства и воспитанию детей на женщину, такой семейный уклад редакция высмеивает, говоря о необходимости равного участия в семейно-бытовых и родительских вопросах.

Ценности материнства также представлены в статье профессора Н.Д. Левитова «Мать на жизненном пути человека», здесь не только показан образ матери в отечественной литературе, но также обозначены те задачи, которые общество ставит перед современницами в вопросе воспитания детей: *«надо, чтобы мать почувствовала всю свою ответственность перед обществом, детьми и перед собой за выполнение материнских обязанностей <...> Надо упорно работать над собой. Большое значение здесь имеет политическое просвещение»*²⁸⁴.

Образ отца также представлен в издании. Здесь выделим фельетон В. Ярчука «Родной отец», в котором высмеивается родитель, настолько не интересующийся делами сына, что даже перепутал учебное заведение, в котором тот учится, и пришел на встречу с классным руководителем в другую

²⁸³ Счастье материнства // Семья и школа. 1957. № 3. С. 1.

²⁸⁴ Левитова Н.Д. Мать на жизненном пути человека // Семья и школа. 1946. № 12. С. 12-13.

школу. Обратную ситуацию, когда отец принимает активное участие в педагогическом процессе, можно наблюдать в материале «Заметки отца» А. Рудифилова. В публикации показаны практические ситуации, где именно влияние отца позволило исправить некоторые пробелы в воспитании сына. Таким образом, к ценностям отцовства издание также апеллирует.

В послевоенное время актуализируются вопросы семейного устройства детей-сирот, а также воспитания данной категории детей в социальных учреждениях. Обозначенная тема широко освещается журналом. Так, воспитанию подрастающего поколения в детском доме Метростроя посвящен очерк «В большой семье» М. Брук, в нем описаны судьбы детей, которые потеряли родителей, акцент сделан на том, что воспитатели и государство делают для социализации таких детей, для оказания психологической помощи. В детском доме живут пятьдесят воспитанников, педагоги пытаются не только обучать и образовывать детей, но и развивать их таланты, дети посещают разнообразные кружки и секции, им обеспечен полноценный летний отдых в лагерях и санаториях.

Тема приемного родительства и воспитания детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, отражена в материале Д.П. Синявской «О приемных детях», в котором автор описывает собственный опыт принятия на патронат мальчика и девочки, ее призыв к советским семьям трогает до глубины души: *«Я советую женищинам – тем, кто имеет возможность – брать на воспитание детей-сирот и окружать их материнской заботой и лаской. Ведь не все раны войны еще залечены, и дети, хотя бы находящиеся в детских домах и суворовских училищах, все же не имеют родных, не имеют матери»*²⁸⁵. Этой же проблеме посвящены материалы А.И. Довгалева «Приемные дети», «Воспитание приемных детей в колхозной семье Гавриловых», Ф.С. Фарберовой «Усыновленные дети» и др. Формируются ценности многодетной семьи, где воспитываются и кровные, и приемные дети.

²⁸⁵ Синявская Д.П. О приемных детях // Семья и школа. 1950. № 11. С. 31.

В 1980-е годы информационная политика издания несколько трансформируется, вместо отделов появляются рубрики, в журнале освещаются новые темы и проблемы. Отметим рубрики «Советы врача», «Актуальная проблема», «Портрет семьи», «Материнская школа», «Школа и родители», «Развитие и воспитание личности», «В семье. Родительский опыт» и др. Появляются публикации, посвященные воспитанию «особых» детей, регулярно печатаются материалы, подготовленные школьными психологами, большое внимание уделяется вопросам помощи семье от государства, рассматриваются семейные проблемы и пути их решения. Литературные произведения для детей, а также рекомендательная библиография для семейного чтения продолжают публиковаться в журнале.

Появляется большое количество аналитических материалов, где поднимаются проблемы института семьи. Например, в 1989 году в № 9 в рубрике «Глазами демографа» публикуется статья В. Борисова «Нужен ли прирост населения?», где автор рассуждает о снижении рождаемости и его причинах. *«Сегодня преобладает труд вне семьи, с индивидуальной заработной платой, размер которой не зависит ни от числа детей, ни от наличия семьи вообще. Поэтому потребность в числе детей уменьшается, оптимальным становится наличие в семье двоих, а то и одного ребенка»*²⁸⁶, — пишет автор. Переход от многодетной семьи к малодетной очень наглядно представлен и в других публикациях журнала.

Принцип общественного воспитания детей уходит в прошлое, самая важная роль в процессах социализации и обучения принадлежит именно семье, об этом размышляет в публикации «Изучать семью, помогать семье» директор Института общих проблем воспитания, член-корреспондент АПН СССР Г.Н. Филонов: *«корни как успехов, так и неудач в воспитании подрастающего поколения — в семье. Семейное воспитание сильно сочетанием целенаправленных воздействий родителей с повседневным, всепроникающим*

²⁸⁶ Борисов В. Нужен ли прирост населения // Семья и школа. 1989. № 9. С. 21.

*влиянием на детей всего уклада жизни семьи»*²⁸⁷. Далее в публикации детально описывается новый тип семьи, который сложился, по мнению автора, это семья зрелого социалистического общества, для которой характерны здоровые внутрисемейные отношения, построенные на любви и чувстве долга, равноправии. Ценности супружества здесь выносятся на первый план. Забота о детях в семье становится значимой и обязательной, возрастает ответственность матери и отца за реализацию родительских ролей. Заканчивается публикация весьма стандартно для данного периода – размышлениями о необходимости повышения культуры родительства, формирования значимых педагогических компетенций. Автор рассказывает о школах, кружках, семинарах для взрослых членов семьи, которые можно посетить.

Ценности родства также тиражируются педагогической периодикой, во-первых, это связано с темой исторической памяти, связи поколений – публикации «Братья Алексеевы» М. Юхмы, «Память советских воинов» З. Роубчиковой, «Монолог, обращенный к сверстнику-москвичу» Г. Крутикова, «Семья – это связь поколений» Л. Швецовой, во-вторых – это материалы о трудовых династиях, где поколения соединены общей профессией и целью, как например, «Сложные задачи решать вместе» о династиях Байгускаровых и Первухиных, «Хлеб и профессия» о 39 трудовых династиях в Екатеринославле Омской области и т.п.

Для конца 1970-х – начала 1980-х годов характерно зарождение политики детоцентризма, складываются предпосылки явления, которое заявит о себе на рубеже XX – XXI веков. В конце советского периода это проявляется в лозунгах: «в нашей стране один привилегированный класс – дети», «но разве такого счастья мы хотим своим детям?», «дети – наше будущее» и др. В данное время доминирует авторитетная модель родительства, ее можно описать как установление теплых взаимоотношений, выстраиваемых на уважении к заслугам и достижениям каждого члена семьи. При этом сохраняется высокий

²⁸⁷ Левшин А. Изучать семью, помогать семье // Семья и школа. 1981. № 2. С. 7.

уровень контроля старших за младшими, идет поощрение развития и самосовершенствования.

Таким образом, можно сделать вывод, что возвращение семейной тематики и семейных ценностей в педагогическую журналистику происходит только в послевоенное время, журнал «Семья и школа», который мы анализировали, можно обозначить в качестве прообраза современных журналов для родителей, на его страницах представлены материалы, посвященные проблемам семейного воспитания, семейным коммуникациям и задачам родителей. Очень многое в данном издании сохранилось от дореволюционной педагогической журналистики, ориентированной как на родителей, так и на педагогов. Прежде всего, это литературный и библиографический отделы, публикации известных педагогов и исследователей, материалы для общего досуга семьи.

Послевоенный фамилистический дискурс педагогической периодики характеризуется следующим:

– Семейная политика, реализуемая государством, вновь ориентируется на ценности родительства и родства. Демографический кризис преодолевается через популяризацию многодетного родительства, поощрение семейного устройства детей-сирот, укрепление института семьи. Формируемая модель родительства – авторитетная. Для нее характерны внимание к потребностям подрастающего поколения, поддержка в процессе социализации и воспитания, при этом родитель является образцом, устанавливает строгие правила, контролируются поведение и успеваемость ребенка, возрастает роль внутрисемейной коммуникации.

– **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического дискурса педагогической периодики обусловлены изменением читательского адреса некоторых изданий, родители представлены как значимая аудитория. Журнал «Семья и школа» демонстрирует непохожую на другие издания структуру, это отделы семейного воспитания,

психофункциональных особенностей детей, вопросов педагогики и гигиены, писем в редакцию, библиографии, педагогических хроник и обзоров. Необходимо выделить тематическое разнообразие публикаций: роль родителей в воспитании подрастающего поколения, приемное родительство, семейное устройство детей-сирот, значимость материнства, социализация особых детей, демографическая ситуация в стране и способы выхода из кризиса и мн.др.

– **Функционально-жанровые особенности** фамилистического медиадискурса связаны с его структурно-содержательными характеристиками, происходит существенное расширение жанров, освещающих вопросы семьи и формирования семейных ценностей. Это и информационные жанры (отчеты, заметки, репортажи), и аналитика (обзоры, статьи, рецензии), и художественная публицистика (очерки, эссе). Целью публикаций является формирование значимости родительства в общественном сознании, трансляция рекомендаций по социализации и образованию детей.

– **Аксиологическими доминантами** являются ценности родительства и родства, среди них ценности материнства и отцовства, связи поколений, диалога в семье, воспитания и социализации, взаимоподдержки, заботы и любви.

Фамилистический дискурс педагогической периодики послевоенного периода весьма разнообразен, семья как социальный институт снова находится в центре внимания государства, поэтому СМИ откликаются на общественный и политический запросы, размещая на своих страницах многочисленные публикации о ценностях родительства, родства, супружества. Специфика данного типа прессы обуславливает приоритет ценностей родительства и родства, среди основных аксиологических постулатов выделим ценности социализации и воспитания детей, семейного чтения и совместного досуга, заботы и взаимоуважения, исторической памяти и связи поколений. В публикациях просматриваются трансформации института семьи и изменения доминирующей модели родительства, педагогическая периодика при

изображении семьи использует возможности не только разных жанров, но и ищет многочисленные тематические ниши, чтобы представить данный вопрос многогранно и интересно для аудитории.

§ 3.3. Специфика фамилистического дискурса журналов для семейного чтения советского периода

Обратимся к анализу советского периода функционирования журналов для семейного чтения. В условиях сменившихся политических и общественных реалий произошли существенные трансформации на рынке периодики. Традиционные журналы для семейного чтения также существенно изменились. Подобный тип периодики был востребован у аудитории, поэтому на рынке появился еженедельник, сочетающий в себе литературно-художественную составляющую и общественно-политическое содержание, это журнал «Огонек». Инициатива возродить издание в новых советских реалиях принадлежит М.Е. Кольцову, первый советский выпуск «Огонька» датируется 1923 годом. Журнал для семейного чтения «Огонек» перенял некоторые традиции у журнала «Нива», такие, как, например, выпуск приложений. Тематическое разнообразие, которое во многом было обусловлено интересом редакции к происходящим процессам в стране и за рубежом, обусловило привлечение широкой аудитории. Она могла найти на страницах издания информацию, соответствующую своим предпочтениям. Удобочитаемый формат и быстрое реагирование на общественно-значимые события, ненавязчивая манера подачи информации позволили «Огоньку» укрепить свои позиции на советском рынке периодики, а доминирование информационных и художественно-публицистических материалов способствовало расширению кругозора аудитории.

Основной задачей журнала «Огонек» стало не только своевременное информирование читателей, но и развитие их эрудиции в разных сферах жизни общества, в том числе, приобщение к художественной культуре посредством опубликования репродукций картин известных художников, а позднее, с

развитием технической составляющей, знакомство аудитории с искусством фотографии. Отметим, что особенностью художественного оформления «Огонька» можно считать и карикатуры, авторами которых выступали известные художники-иллюстраторы того времени: Б. Ефимов, В. Коздинский, Ю. Ганф, К. Ротов и др.

Видное место в системе партийной журналистики занимали массовые журналы, а также издания журнального типа, выполняющие конкретные задачи руководящих органов, формирование группы массовых «тонких» иллюстрированных общественно-политических и литературно-художественных еженедельников началось с момента издания таких журналов, как «Красная Нива» и «Прожектор». Журнал «Красная Нива» стал самым крупным иллюстрированным еженедельником в СССР. Он издавался под редакцией А.В. Луначарского и Ю.М. Стеклова с 1923 по 1931 годы. Его особенностью стало значительное количество иллюстрированных материалов и богатое литературное содержание.

Другим изданием, постепенно набравшим популярность, становится «Прожектор». С 1923 по 1935 годы он издается как приложение к газете «Правда». Это сатирический, массовый, иллюстрированный журнал литературно-художественной направленности. Первым редактором стал А. Воронский, затем, в 1930-е годы, управление журналом оказывается в руках у С. Воронина и В. Ставского. Важно, что «Прожектор» был единственным многоцветным журналом в этот период, еще одним отличием издания стал отдел критики, который развивался редакцией.

Популяризации семейного чтения в советский период способствовали и многочисленные литературные журналы для детей и взрослых: «Новый мир», «Октябрь», «Подъем», «Юность», «Аврора». Например, в 1931 году начинает выходить региональный литературный журнал «Подъем», который изначально был призван объединить представителей писательской интеллигенции Воронежской области, но впоследствии издание снискало популярность и стало известно далеко за пределами региона. В отличие от «Нивы» и «Огонька» это

издание необходимо отнести к категории «толстых» журналов, отдельные выпуски доходили до 256 полос. «Подъем» имел уже не еженедельную, а ежемесячную периодичность, его отличал грамотный и вдумчивый подход редакционного коллектива к отбору литературных материалов. Кроме художественных произведений, в журнале публикуются интервью с деятелями культуры, репортажи и заметки-анонсы о событиях окололитературной жизни.

Литературные журналы не являются тождественными изданиям для семейного чтения, с одной стороны, они популяризируют культуру чтения, но с другой, – являются узконаправленными, их содержание не адаптировано под потребности разновозрастной аудитории.

Роль СМИ в социализации детей и подростков учитывалась в советское время, поэтому начала выстраиваться система детской периодики. Уже в 1919 году выходит в свет первый советский детский журнал «Северное сияние», его идейным вдохновителем стал М. Горький. С позиции жанровой модели издание повторяло выпуски своих предшественников: в нем публиковались рассказы, басни, стихотворения и очерки, но содержание уже было идеологизированным, воспевающим коммунистические идеалы.

Еще одним интересным проектом для детей становится издание «Новый Робинзон», оно выходило с 1923 года сначала под названием «Воробей», которое было признано в новых реалиях несерьезным, через год редакция его сменила. Руководил журналом С.Я. Маршак, он собрал вокруг своего детища талантливых литераторов: Е. Шварца, В. Бианки, Б. Житкова, поэтому художественное наполнение журнала отличалось качеством. Журнал был менее идеологизированным, чем «Северное сияние», редакция старалась сделать познавательное издание с элементами юмора, поэтому наряду с научно-популярными очерками и рассказами о природе, в журнале соседствовали юмористические произведения: стихи, шутки. И уже на примере данного издания становится понятно, что детская журналистика начинает опираться на детей более старшей возрастной группы, которые знакомятся с текстами самостоятельно, ориентация изданий на семейное чтение начинает уходить в

прошлое. Это подтверждается и опубликованным обращением Г. Дитриха, главного редактора детского журнала «Чиж»: *«Этот номер прочитай сам и прочти вслух другим ребятам...»*²⁸⁸. Отметим, что журнал «Чиж» («Чрезвычайно интересный журнал») начал выходить в 1930 году сначала как приложение к журналу «Еж», а потом как самостоятельное издание для детей младшего возраста 5-8 лет, но уже и для такой аудитории предполагалось самостоятельное чтение.

Самым известным изданием для детей младшего возраста становится иллюстрированный журнал «Мурзилка», который начал выпускаться в 1924 году для дошкольников. Он выходил в качестве приложения к «Рабочей газете», пытаясь сочетать традиции дореволюционной публицистики и требования нового времени. Редактором журнала «Мурзилка» был назначен Н.И. Смирнов, который объединил вокруг журнала многих выдающихся литераторов и художников.

Таким образом, детская периодика советского времени призывала к самостоятельному чтению, поэтому литературные произведения были адаптированы под возрастные особенности аудитории, для дошкольников и младших школьников существовали «Мурзилка» и «Колобок», для среднего и старшего звена школы – «Костер», «Пионер», «Юность», «Ровесник», «Смена». В качестве журналов для семейного чтения детские журналы мы в данный период рассматривать не будем.

Для анализа фамилистического дискурса журналов для семейного чтения советского времени рассмотрим публикации отдельных изданий, их перечень и основные характеристики представлены в таблице 12.

Табл. 12. Эмпирическая база исследования журналов для семейного чтения советского периода

Название издания	Годы выхода	Издатель / редактор	Тип издания	Примечания

²⁸⁸ От редакции // Чиж. 1931. № 10. С. 1.

журнал для всей семьи				
«Огонек»	1923 – 2021 (1879 – 1918)	М.Е. Кольцов, издательство «Правда»	иллюстрированный журнал для семейного чтения / еженедельный общественно-политический и литературно-художественный журнал	«Огонек» был создан еще в 1879 году и выходил в Санкт-Петербургском издательстве Г.Д. Гоппе под редакторством Н.П. Аловерта. На тот период он позиционировал себя как еженедельный иллюстрированный журнал литературы, науки и искусства. Инициатива возродить издание в новых советских реалиях принадлежит М.Е. Кольцову, первый советский выпуск «Огонька» датируется 1923 годом. К концу года под руководством М.Е. Кольцова он составлял 42 тысячи экземпляров, а уже спустя год увеличился до 125 тысяч. Так, до 1939 года количество экземпляров росло, в военное же время наблюдается резкий спад тиража: он составлял 100-150 тысяч (1943 год). В послевоенные годы популярность издания снова растет. Таким образом, в 1970-е годы издается 2 миллиона 100 тысяч экземпляров, а в 1990-е годы – 4 миллиона 600 тысяч. Это была небывалая популярность для изданий подобного типа.

3.3.1. Ценности семьи в советских журналах для семейного чтения первой половины XX века

В первое десятилетие советской власти журнал «Огонек» становится одним из самых любимых журналов для всей семьи. Это можно объяснить тем, что актуальное общественно-политическое содержание дополнялось

социокультурным контентом, а также художественными произведениями, которые были интересны разновозрастной аудитории. Тематические доминанты фамилистического медиадискурса в большей степени повторяют педагогические журналы, чем женскую прессу этого периода. Наиболее значимыми становятся проблемы детской беспризорности и общественного воспитания детей.

Например, в № 2 от 1923 года был опубликован фоторепортаж «Довольно детской беспризорности!», данная тема была продолжена в корреспонденциях «Оркестр беспризорных» П. Турова в № 14 от 1926 года и «Пассажиры без удобств» № 36 1926 года. Сложности детства беспризорного описаны в рассказе «Из повести жизни моей» А. Сенрекого в № 33 1926 года, здесь сирота пытается заработать себе на хлеб, но сталкивается со множеством жизненных проблем.

Вопросу общественного воспитания детей посвящены отдельные публикации, например, фоторепортаж «Ростки нового быта. Детские ясли в деревне» об открытии детских дошкольных учреждений в сельской местности в № 34 от 1926 года. Или фоторепортаж «В детском театре» № 7 от 1926 года, где театр рассматривается как художественно-педагогическая отрасль, значимый инструмент советской образовательной системы. В издании с развитием техники появляются фотографии, жанры фотоочерка и фоторепортажа входят в число самых популярных, поскольку редакции было важно возродить традиции художественного оформления, так как иллюстративность выступала ключевым атрибутом журналов для семейного чтения. Портреты передовиков производства и партийных лидеров – тоже часть оформления журнала «Огонек», примечательно, что на обложку журнала мог попасть простой рабочий, который, например, перевыполнил план или взял на себя весомые трудовые обязательства. Отметим, что фоторепортажи показывали не только жизнь советских людей, так, в № 39 от 1926 года «Ждут молока» изображены дети английских горняков, устроивших забастовку, призыв под фотографиями обращен к советским рабочим пожертвовать денег этим семьям.

Тема воспитания советских детей продолжается публикацией Д.Г. Надеждина «Детский сад в одной комнате» № 19 от 1926 года, но в материале актуализируется еще одна значимая проблема анализируемого периода – изменение положения женщины в обществе: *«в нашем трудовом Союзе мать не может заниматься присмотром за ребенком до его 8-летнего возраста. Ее раскрепощение было бы тогда невозможным»*²⁸⁹. Противопоставление патриархальных ролей женщины и образа жизни современницы мы наблюдаем в очерке Л. Никулина «Лариса Рейснер. Об одной талантливой жизни» № 9 1926 года, он посвящен советской писательнице, революционерке: *«Надо подумать о том, как в нашей стране складывалась жизнь девушки и женщины. Надо подумать о том, какую ограниченную, маленькую жизнь, какие скромные интересы определила для девушки и женщины старая эпоха»*²⁹⁰.

Проводимые правительством реформы, связанные с национализацией фабрик и заводов, отражены в заметке «Конец семьи Абрикосовых» Г. Юрьева в № 8 от 1926 года. Дети известного помещика Абрикосова попали под суд за вывоз имущества фабрики кондитерских изделий после ее национализации.

Можно говорить о том, что большая часть материалов – литературно-художественные произведения, то есть беллетристика, – это базовая составляющая журнала для семейного чтения. Основные жанры: роман, рассказ, очерк, стихотворение, фельетон, воспоминание, портретный очерк, памфлет, путевой очерк, зарисовка. Крупные произведения публиковались с пометкой «Отрывок» или «Читайте продолжение в следующем номере», что способствовало повышению интереса аудитории издания. Сразу два рассказа, опубликованные в 1926 году, имеют схожий сюжет: это произведение А. Свирского «Новые люди» № 5 и Д. Стонова «Приезд» № 14. В них повествуется о возвращении в семью отца и мужа, который был признан погибшим в период войны или революции. В обоих случаях прошло уже много

²⁸⁹ Надеждин Д.Г. Детский сад в одной комнате // Огонек. 1926. № 19. С. 10.

²⁹⁰ Никулин Р. Лариса Рейснер. Об одной талантливой жизни // Огонек. 1926. № 9. С. 10.

времени, женщины создали новые семьи и теперь столкнулись с морально-нравственной дилеммой, что делать в сложившейся ситуации. В рассказе «Новые люди» героиня решает отказаться от семьи в пользу общественной деятельности, считая, что любой иной выбор станет неправильным, в произведении «Приезд» решение не рушить новую семью принимает возвратившийся из плена муж.

Проблема неприятия старшими членами семьи новых коммунистических идеалов изображена в рассказе Д. Фурманова «Станица Натухаевская», престарелые родители Пава Павлыч и Нина Ивановна вырастили детей, которые разъехались из родительского гнезда и не помогают родственникам. Со стариками остался младший сын Женька, которого очень привлекает новая жизнь. Родители уже готовы на любые компромиссы, чтобы сын оставался с ними: *«Уж шут с тобой, ступай коли в комсомолу, только... только в бога верь, верь в бога, сынок»*²⁹¹. Религиозные взгляды старшего поколения настолько сильны, что атеизацию, характерную для данного времени, они принять не могут. Призыв матери направлен сыну, ей очень важно, чтобы он оставался носителем традиционных ценностей.

Не только прозаические произведения формировали фамилистический медиадискурс данного периода, отметим также юмористическое стихотворение А. Безыменского «Имя, отчество, фамилия» в № 18 от 1926 года, автор описывает новые имена советской эпохи – Октябрина, Смычка, Совнарком, Октябрь, Новь, Трест и пр. Заканчивается стихотворение восклицанием, какие же смешные будут впоследствии отчества.

Довоенный и военный периоды функционирования издания также можно характеризовать значимым вкладом литературных произведений в тиражирование ценностей семьи как социального института. Если для первого десятилетия советской власти наиболее значимыми были ценности супружества, диалога отцов и детей, то здесь главенствующая роль

²⁹¹ Фурманов Д. Станица Натухаевская // Огонек. 1926. № 34. С. 7-8.

принадлежит ценностям родства, родительства, исторической памяти и связи поколений.

В довоенное время проблемы института семьи практически не рассматривались изданием. Можно отметить только жанр фельетона, в котором поднимались отдельные аспекты семейной жизни. Так, в фельетоне Л. Ленча «Вдовец» № 9 от 1941 года высмеивается прогульщик и пьяница, работавший в городе на строительстве санатория. Его жена с двумя детьми жили в деревне. Он просит прораба отпустить его домой на похороны жены, рыдает перед руководителем, что стал вдовцом. Все это время жена с детьми стоят за его спиной, они приехали в город проводить главу семейства. Обман открылся, жена, не выдержав позора, ушла, а прозвище «вдовец» так и закрепилось за ним.

Фельетон В. Сухаревича «До следующего свидания» № 14 от 1941 года высмеивает женщин, привыкших опаздывать на встречи. Герой произведения отчаялся, что его возлюбленная не пришла, к нему обращается милиционер и говорит, что это стандартная ситуация, девушка придет, нужно подождать. Представитель власти рассказывает, что каждый день наблюдает такие опоздания и глупые оправдания за них. Заканчивается произведение встречей влюбленных и ожидаемой фразой о причине опоздания.

В жанре информационной заметки рассказано о товарах, которые могут облегчить жизнь домашней хозяйке, это материал «Мы умеем делать хорошие вещи» № 4 от 1941 года, о новых достижениях оборонной промышленности – выпуске противогазов для детей с рождения до 3 лет – в № 7 от 1941 года в материале «Детский противогаз».

Публикация «Две матери» Н. Кальма № 7 от 1941 года показывает встречу матерей Н.А. Островского и В.В. Маяковского, автор делает вывод, что известные литераторы очень многие черты своих характеров получили именно от родителей.

Но наиболее наглядно фамилистический дискурс представлен в военное время. В этот период контент журнала видоизменяется, появляются пропагандистские и агитационные материалы, поддерживающие боевой дух

советского народа. Создаются новые рубрики «Дневник войны»; «Дела и люди Советской страны»; «Хроника событий». Агитационным воззванием можно считать очерк майора Г. Улаева «В семье героя», который рассказывает о семье Михаленковых, в нем мать обращается к своему сыну-фронтовику: *«66 лет прожила я на белом свете, сынок, но никогда не видывала таких извергов, как немцы... Отомсти проклятым немцам за наши горе. Кроме тебя ведь у нас в семье нет воинов. Пусть мое материнское благословение даст тебе новые силы, а наша любовь отведет от тебя смерть. Будь героем»*²⁹².

Ценности супружества, родительства, родства поднимаются, прежде всего, в художественных произведениях. Так, в рассказе «Дед и внук» В. Авдеева в № 20 от 1941 года показан подвиг стариков и детей в годы войны. А рассказ Т. Тэсс «Мать» № 11 от 1944 года посвящен жертвенности матери, которая в итоге гибнет из-за помощи своим детям: *«с того дня мать стала помогать сыновьям. Она носила по указанным ей адресам патроны, револьверы, автоматы. Она приходила в хлебокомбинат, чтобы передать боевой группе задание от сына Александра, шла пешком в пригородное хозяйство и приносила оттуда важные документы для сына Андрея»*²⁹³. Фашисты расстреляли самоотверженную женщину, но дети хранят память о ней.

Тема памяти поколений является центральной и в рассказе «Традиция семьи Линейцевых» Е. Величко № 23-24 от 1944 года, он повествует о подвиге Северьяна Линейцева и о его сыновьях, которые защищают Родину и гордятся своим героическим отцом, погибшим за страну.

Идеологическая пропаганда в издании также присутствовала, но редакции удалось найти оптимальный баланс, поэтому на первый план здесь выводились публикации, где тиражировались традиционные ценности, как любовь к Отчизне, патриотизм, взаимовыручка, приоритет духовного над материальным, историческая память. Рассказ «Последний из семьи Петрушиных» С. Марвича

²⁹² Улаев Г. В семье героя // Огонек. 1944. № 27. С. 4.

²⁹³ Тэсс Т. Мать // Огонек. 1944. № 1. С. 5-6.

в № 17-18 от 1944 года рисует трагедию данной семьи, подросток Михаил остался один с двумя младшими братьями, его отец был партизаном, а фашисты искореняли такие семьи полностью. Год они прятались в лесах, голодали, малыши болели. Юноша пришел к партизанам с просьбой, чтобы детей переправили в безопасное место. Когда он вернулся с помощью, то обнаружил, что братьев убили фашисты. Михаил в 14 лет стал воевать вместе с партизанами, мстить за погибшую семью.

Стоит отметить и такие жанры, как фоторассказ и фотоочерк, где основная смысловая нагрузка передается с помощью иллюстраций, а текст выполняет уточняющую функцию или функцию комментария. Так, в конце военного периода, в 1944 году появляются фотоочерки, популяризирующие многодетное родительство. В № 28-29 размещен фотоочерк «Мать десяти детей» про Марию Егоровну Смагину, а в № 33-34 – «Большая семья» про Анну Ивановну Беляеву, которая вырастила десять сыновей и семь дочерей, а внуков у нее теперь пятьдесят. Данные очерки направлены на решение демографических проблем советского государства, которому необходимо повышение рождаемости в столь сложное время.

Тема помощи семьям фронтовиков также была представлена на страницах журнала для семейного чтения «Огонек», например, в публикации Г. Дробот «Всенародное дело» № 14-15 от 1944 года рассказывается о деятельности совета жен офицерского состава, которые шефствуют над конкретными семьями, поддерживают в тылу жен и детей советских воинов.

Специфика фамилистического дискурса журналов для семейного чтения первого десятилетия советской власти определяется следующими факторами:

– Реформы, проводимые советским правительством, освещаются в журналах для семейного чтения не так активно, как в женской прессе. Специфика изданий предполагает превалирование беллетристики, поэтому не все веяния эпохи попадают в медиаповестку. Тем не менее, публикации показывают проблемы революции быта, всеобщей атеизации, изменения положения женщины в обществе и др.

– По структурно-содержательным характеристикам журналы для семейного чтения первой половины XX века во многом повторяют черты предшественников, например, дореволюционного издания «Нива». С позиции фамилистического медиадискурса тематическими доминантами являются превенция детской беспризорности, общественное воспитание детей. В военные годы актуализируются темы исторической памяти, патриотизма, долга, мести врагам, помощи детям и семьям фронтовиков.

– Фамилистический дискурс журналов для семейного чтения в довоенное и военное время представлен преимущественно художественными произведениями, также популярны жанры фоторепортажа и фотоочерка. Семейная тематика появляется и в таком непривычном для нее жанре, как фельетон, что по-новому заставляет посмотреть на проблемы института семьи.

– Фамилистический дискурс изданиями для семейного чтения в первое десятилетие советской власти формируется опосредованно, **публикации о семейных ценностях представлены в ограниченном количестве**, чаще всего здесь упоминаются ценности воспитания и социализации в семье. В военное время на первый план выходят ценности родства и супружества, родительства, исторической памяти и связи поколений.

3.3.2. Фамилистический дискурс журналов для семейного чтения послевоенного периода

В послевоенное время журнал для семейного чтения «Огонек» преобразуется, в нем снижается процент беллетристики, появляется больше публикаций в информационных и аналитических жанрах. Тем не менее, тема семьи по-прежнему освещается в отдельных рассказах. Например, рассказ «Беглецы» Е. Воеводина в № 1 от 1950 года посвящен семье, в которой в канун Нового года мальчишки сбежали, чтобы отправиться воевать за Китай. Родители нашли записку и очень тревожились, ребят нашли в другом городе, праздник прошел в вагоне электрички, когда отец с мальчиками возвращались

домой. Здесь показаны ценности родительства, диалога отцов и детей, заботы и взаимопонимания.

Ценности родства, связи поколений отражены в рассказе В. Карбовской «Гости» № 18 от 1950 года. *«Первого мая на каждый миллион москвичей приходится два миллиона приезжих родственников»*²⁹⁴, – с этих строк начинается произведение. Но дальше мы видим историю семьи, которая вместе встречает Первомай, автор передает атмосферу совместных вечеров, долгих разговоров, взаимоотношений между разными поколениями.

В рассказе А. Мусатова «Родной дом» в № 25 от 1950 года показаны ценности домашнего очага, молодой учитель биологии Кораблева Галя после учебы по распределению вернулась в свой район. Она давно не была дома, с восторгом встречает домашние места, своих знакомых. Ей хочется работать в своем селе, в своей родной школе, тем более что призвание она выбрала благодаря учителю биологии, который продолжает преподавать. Девушка не хочет уезжать от семьи, от домашнего уюта, она ценит место, где родилась.

Любовь сына к матери показана в рассказе «Поздним вечером» Ю. Бондарева в № 27 от 1950 года, школьник Коля часто остается один, так как его мама работает врачом и с дежурств возвращается поздно. Но в один из зимних вечеров разыгрался буран, мальчик испытывает страх и за маму, которая может замерзнуть, и за себя, так как его пугают звуки, доносящиеся с улицы. Это рассказ о преодолении. Он дождался маму, напоил ее чаем и уложил спать. Через заботу он показывает свои теплые чувства к той, что его родила. Автор рисует образ неполной семьи, в которой мать и сын берегут друг друга.

Тема многодетного родительства также характерна для послевоенной периодики для семейного чтения. Например, в заметке «Четыре близнеца» в № 21 от 1950 года рассказывается, что Е.М. Марченко родила сразу четырех дочерей. Схожему вопросу посвящен очерк М. Смелянской «Бабушка люблинская» в № 10 от 1950 года, мать-героиня воспитала десять детей, теперь

²⁹⁴ Карбовская В. Гости // Огонек. 1950. № 18. С. 30.

ее семья собирается по выходным, привозят ей внуков и устраивают совместные чаепития: *«опять к Анастасии Исаевне сыновья приехали. Счастливая мать!»*²⁹⁵.

Портретный очерк Ф. Боронина «Она воспитала 18 детей» посвящен подвигу М.П. Щербаковой, женщина стала приемной матерью для десяти мальчиков и восьми девочек. Дети выросли, многие разъехались по всему Союзу, но каждую неделю почтальон приносит ей письма от родных людей.

Тема приемного родительства также рассматривается в репортаже П. Антонова «У себя дома» в № 27 от 1950 года, материал посвящен детскому дому № 8 города Минска, многие ребята испытали ужасы военного времени, остались без родителей, но *«у детей в Советском Союзе повсюду нашлись родные. Много простых советских людей заботится о детях-сиротах и помогает воспитателям в их большой и почетной работе»*²⁹⁶.

Необходимо отметить, что на страницах «Огонька» в послевоенное время регулярно публикуются рецензии, некоторые из них анализируют литературные, театральные, документальные произведения семейной тематики. Отметим рецензию Н. Дмитриева, опубликованную в № 4 от 1950 года на спектакль театра имени Ленинского комсомола «Семья», посвященный семье Ульяновых, или рецензию В. Кагарлицкого на фильм «У них есть Родина» режиссера В. Герасимова в № 13 1950 года, фильм рассказывает о приютах советских детей в Англии и Америке.

Значительное число публикаций посвящено ценностям детства, мирного неба для светлого будущего подрастающего поколения. Это чаще всего представлено жанром письма в редакцию, здесь выделим материалы «Голос матери» агронома М. Дьяченко, «Счастье детей Анны Безбородовой» М. Запольской, «Сбережем счастье детей» героя социалистического труда А.С. Коробейниковой и мн.др. Тема недопустимости повторения войны отражена в публикации «За мир и счастье для детей» О. Чечеткиной в № 22 от

²⁹⁵ Смелянская М. Бабушка люблинская // Огонек. 1950. № 10. С. 9.

²⁹⁶ Антонов П. У себя дома // Огонек. 1950. № 27. С. 5.

1950 года, автор показывает, что дети СССР против новых войн, они помнят и голодный Ленинград, и другие ужасы военного времени.

Ценности общего семейного досуга показаны в заметках № 23 от 1950 года «Дача Агамали Мурада оглы», «Пасека семьи Калашниковых», «За город на своей машине». Редакция воссоздает летний воскресный день в семьях разных уголков Советского Союза и показывает, что самое главное – это быть вместе. Этот же аксиологический постулат транслируется фоторепортажем «Всей семьей» в № 6 от 1950 года, на фотографиях представлены члены семьи Кокориных, которые все вместе получают образование. Подпись под фотографиями гласит: *«Учатся все: и отцы, и дети, молодые рабочие и маститые инженеры, мастера и подмастерья. Уралмаш – это дружная семья школьников и студентов, и частицей ее является семья Кокориных»*²⁹⁷.

Но доминирующими в издании являются ценности родительства, детства, воспитания и социализации детей. В послевоенное время они выходят на первый план. Здесь отметим публикации о значимости сохранения здоровья ребенка, об организации его учебы и летнего отдыха, о развитии и просвещении детей.

Тема организации детского отдыха представлена в публикациях «Весенний отдых детворы» – о мероприятиях в дни каникул, «Пионерская здравница» – о всесоюзном пионерском лагере «Артеке», «Лагерь счастливых» Н. Борисова – о плавучем детском лагере на теплоходе «Капитан Рачков», идущему по маршруту Куйбышев-Москва-Астрахань-Куйбышев и др. О мероприятиях, направленных на образование, просвещение, интеллектуальное развитие детей, рассказано в материалах «Школьные олимпиады», «Неделя детской книги», «Юные краеведы Кубани», «Дом детской книги» и др.

Популярная в педагогических журналах тема родительских комитетов здесь встречается редко, тем не менее, отметим заметку «Друзья семьи и школы» Г. Новосельского, где рассказано о данных объединениях города

²⁹⁷ Всей семьей // Огонек. 1950. № 6. С. 12.

Москвы. Тема детского здоровья и здоровья матерей освещается изданием, например, заметка Н. Валина «С новорожденным» в № 18 от 1950 года показывает один день работы роддома в Узбекской ССР и призывает рожать не дома, а в специализированном учреждении. Репортаж «Школа в лесу» В. Пушкина в № 29 от 1950 года посвящен школе-санаторию для детей со слабым здоровьем.

Фамилистическому дискурсу журналов для семейного чтения послевоенного периода были свойственны следующие характеристики:

– Ценности семьи освещаются вне зависимости от семейной политики государства, поскольку сама аудитория изданий данного типа предполагает апелляцию к проблемам анализируемого социального института. Тем не менее медиаповестка ориентируется на изменения в сфере законодательства, проводимые реформы, поэтому в военное и послевоенное время актуализируется образ многодетной семьи, транслируются ценности родительства.

– В послевоенное время **доминирующими темами** становятся вопросы здоровья, воспитания детей, приемного родительства, совместного досуга взрослых и детей. Семья и домашний очаг показаны как значимые атрибуты жизни любого советского человека.

– **Функционально-жанровые особенности** фамилистического медиадискурса обусловлены спецификой издания. На первый план выходят художественные произведения – стихи, повести, рассказы. Журналам для семейного чтения свойственны портретные очерки, которые восславляют героев войны и труда, многодетных матерей. Тема семьи отражена в жанрах фельетона, рецензии, фоторепортажа. Большое количество публикаций о семье написано в жанре событийной заметки, встречаются репортажи и корреспонденции.

– **Аксиологическими доминантами** журналов для семейного чтения данного периода становятся ценности родительства, детства,

воспитания и социализации, диалога и взаимоуважения, заботы и любви, совместного досуга, родства, исторической памяти, связи поколений, мирного неба над головой во имя будущего детей. Ценности супружества также представлены, но они не являются первостепенными.

§ 3.4. Советский рекламный плакат как отражение ценностей семьи

Революция 1917 года способствовала распространению пропагандистского социального плаката, который выполнял схожие функции и транслировал значимые социальные ценности. Искусство рекламной визуализации способствует продвижению важных аксиологических ориентиров, показывает исторические и культурные особенности эпохи, обозначает основные социальные задачи.

Аксиологические ориентиры советского плаката рассмотрены во многих исследовательских работах, для нас же представляют интерес семейные ценности и их репрезентация в рекламном дискурсе обозначенного периода. Задачей данного параграфа является систематизация ценностных постулатов, связанных с институтами семьи и родительства, повторяющихся в рекламных плакатах, выявление проблем института семьи, на решение которых направлены рекламные обращения. В выборку попали плакаты советского периода (n=81), транслирующие ценности семьи, они размещены в разделе Приложения 3.1-3.81 данной работы. Хронологические рамки изучения рекламного плаката просемейной тематики ограничены 1917-1990 годами.

Плакат стал значимым средством наглядной агитации, он содержал лаконичные, но яркие графические образы, лозунги-призывы оставались в памяти даже при беглом просмотре, главная их характеристика – это доступность формы. Плакаты первой трети XX века отличались динамизмом композиции, яркой цветовой гаммой, четкими линиями, ритмом и графичностью, что должно было свидетельствовать о начале новой социалистической действительности. Отметим, что плакаты – это воплощение простоты и лаконизма, многие из них можно отнести к стилистике лубка: в

них присутствовала некая карикатурность, яркость, так как использовали обычно от двух до трех цветов, текст был представлен в виде четверостиший.

Плакатисты располагают оригинальными средствами создания своих работ: среди них общедоступные символы и аллегории, метафоры, сопоставление на контрасте различных сцен жизни, выбор подходящего шрифта, цветовой гаммы. Меткий рисунок, контрастный цвет, остроумный текст, легко запоминающаяся рифма – это секреты успеха советских плакатов. Важное место в плакате занимало информационное послание зрителю, то есть сопроводительная надпись, часто она передавалась с помощью четверостиший, цитат, лозунгов. Среди авторов стихотворных плакатных призывов можно назвать С.Я. Маршака, И. Черемных, А. Машистова, В. Маяковского.

Анализируя советские плакаты семейной тематики, обозначим основные социальные проблемы и идеи, к которым они привлекали внимание, их перечень отражен на рисунке 9.

Остановимся детальнее на каждой тематической группе. ***Физическое и психологическое здоровье семьи.*** Плакаты, посвященные здоровому образу жизни, преимущественно написаны в период антиалкогольной кампании 1929-1930 годов, они выполнены в темных, мрачных тонах, например, плакат Д. Буланова «Папа, не пей!» 1929 года [3.1]²⁹⁸ с использованием техники фотомонтажа и плакат группы художников ИЗОРАМа «Помни, когда ты пьешь, твоя семья голодна» 1930 года [3.2], плакат «Кто приучает детей к спиртным напиткам» 1930-х годов [3.3], плакат А. Лаптева «Вино – яд. Ни капли вина ребенку» 1929 года [3.4], плакат «Пощади будущего ребенка!» 1985 года [3.5], плакат М. Ушац, С. Владимовой, В. Артамоновой «Променяла» 1981 года [3.6]. Работы плакатистов оформлены как карикатуры: смешные, иногда нелепо изображенные люди передают эмоции трагедийности и неизбежности гибели от порока. Важно, что тема алкоголизма подается через тему разрушения семьи,

²⁹⁸ Здесь и далее – номер плаката в Приложении 3.1-3.81.

отсутствия гармонии внутрисемейных отношений из-за злоупотребления алкоголем одного из ее членов.

Рис. 9. Тематические акценты советских плакатов семейной тематики



Кроме антиалкогольных плакатов, можно в рамках данной проблематики выделить работы, посвященные здоровому образу жизни, значимости спортивной подготовки. Для государства развитие физической культуры населения было одной из значимых задач. Плакатное искусство помогало транслировать принципы здорового образа жизни, в качестве примера можно назвать плакат В. Корецкого «Хочешь быть таким – тренируйся» 1951 года [3.7], плакат Г. Кибардина «Физкультурный парад – мощная демонстрация силы и непобедимости советского народа!» 1938 года [3.8], плакат В.Б. Корецкого и В.А. Гицевича «Если хочешь быть здоров – закаляйся» 1950 года [3.9].

Приоритет отдается именно физическому здоровью населения, аксиологическими доминантами здесь являются ценности здорового образа жизни, витальные ценности, ценности семьи, родительства, родства.

Семейное устройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Нарушения привычного уклада жизни, изменения быта людей, распад многих семей в период Первой мировой и Гражданской войн приводят к тому, что важнейшей государственной проблемой в 1920-е годы стала детская беспризорность. В послевоенные годы актуальными задачами становятся ликвидация сиротства, профилактика оставления детей в родильных домах, воспитание детей в семьях или специализированных детских

учреждениях во избежание бродяжничества и попрошайничества. Здесь можно отметить плакаты «Дом ребенка» 1920 года [3.10], «Матери, не подкидывайте детей! Идите в советы социальной помощи, там вам помогут» А. Соборовой 1925 года [3.11], «Ребенка не подкидывай. Взыщи с отца на воспитание» 1925 года [3.12], «Помогите организовать труд беспризорных подростков» Р. Френца 1923 года [3.13], «Вот виновники беспризорности. Советская власть победила их. Она покончит и с беспризорностью» 1925 года [3.14], «Детский дом заменяет семью беспризорному и бездомному ребенку» 1925 года [3.15], «Подготовить кадры из беспризорных детей для промышленности и сельского хозяйства – первая задача советской общественности» М. Малютина 1931 года [3.16].

После Великой Отечественной войны данная тема снова находит отражение в плакатном искусстве. Плакат Г. Шубиной «Всенародной любовью и лаской окружим детей фронтовиков!» создан в 1944 году [3.17], а в 1946 году появляется плакат Н. Ватолиной «Вся страна заботится о тебе! Своей заботой советский народ не оставит солдатских сирот!» [3.18]. В 1947 году напечатан плакат Н. Жукова «Окружим сирот материнской лаской и любовью», пропагандировавший семейное устройство детей-сирот [3.19]. В том же году увидел свет плакат В. Корецкого «Окружим заботой и материнской лаской детей-сирот!» [3.20].

Фамилистический дискурс здесь представлен ценностями родительства, родства, социализации и воспитания детей, заботы и ответственности, материнства и детства. Это наиболее сильные по своей эмоциональной природе произведения, которые для многих являются образцом советского пропагандистского социального плаката.

Родительство и детство. Особое место среди плакатов семейной тематики занимали те, что были посвящены матери и ребенку. Реформы семейной политики СССР военных и послевоенных лет отразились на тематическом содержании плакатов: поднимались вопросы сохранения здоровья новорожденных и матерей, работы системы детских учреждений, женских консультаций и молочных кухонь. Полноценным методическим пособием

выступает плакат «Всем вам, бабы, надо знать, как ребенка воспитать!» А. Комарова 1925 года, он построен на принципе контраста и коллажа: изображения левого столбца показывает, как растет ребенок в неблагоприятных условиях, правого – при разумном выполнении матерью всех правил ухода за ним. Каждое изображение сопровождается рифмованной рекомендацией или предостережением, например, по организации родового процесса: *«На полу иль на полатах в грязной, душной, затхлой хате часто женищина рождает. Тут ей бабка помогает... Знайте все: такие роды лучшие из жизни годы вырвут с болью, унесут, к ранней смерти приведут»* и *«Для того, чтоб разродиться – есть приюты, есть больницы. Лечь в приют – и с плеч гора... Там помогут доктора. Если же рождаешь дома, то вот с этим будь знакома: акушерку надо звать, в чистоте держать кровать»* [3.27].

Примечательно, что и тема ухода за новорожденным также описана в данном плакате опять же на принципе контраста: *«Духота и дым в жилище, грязь в пеленках, грязь на пище. Заболел малыш, распух от животных и от мух. Губит жеваная соска. Стал малыш желтее воска. Этот вот живой урок пусть пойдет крестьянке впрок»* и *«Чтоб здоровым был ребенок – надо для него с пеленок в чистоте держать жилье, воздух, пищу и белье. Над кроваткой легкий полог... Сон ребенка будет долог, если чаще будет мать его купать и не качать»* [3.27]. Кроме этого, данный плакат пропагандирует грудное вскармливание, отказ от тугого пеленания, помощь со стороны яслей работающим матерям. Все советы даны в рифмованном виде, поэтому их легко запомнить, иллюстрации способствуют наглядности и привлекают внимание аудитории.

Большое количество просемейных плакатов было ориентировано на соблюдение санитарно-эпидемиологических норм в уходе за детьми. Например, плакат «Митинг детей», выполненный А. Комаровым в 1923 году [3.28]. Это произведение неоднократно переиздавалось для участия в выставках, посвященных защите материнства и детства, поскольку содержало важные постулаты ухода за ребенком: грудное вскармливание, наблюдение за здоровьем родителей в период планирования беременности, квалифицированная

акушерская помощь, чистая одежда, белье и дом. Подобная тематика нашла отражение и в других плакатах: «Соски и жвачки погубили больше крестьянских детей, чем пули солдат» 1925 года [3.29], «Чистота, солнечный свет и свежий воздух сохраняют здоровье ребенка» [3.30] и «Дети не должны умирать! Полно в консультациях – пусто на детских кладбищах. Чем сознательнее мать, тем меньше болеют дети» С. Ягужинского 1925 года [3.31], «Берегите ребенка! Не дайте ему погибнуть среди подводных камней, дайте ему выплыть на широкую жизненную дорогу полным здоровья и сил» А. Комарова 1927 года [3.32], «Уничтожайте мух! Живя в грязи, они разносят заразу» 1929 года [3.33], «Наши дети не должны болеть поносами» Г. Шубиной 1940 года [3.34], «Расти, богатырь!» Б. Березовского и А. Дружкова 1950 года [3.35], «Расти здоровым!» Г. Шубиной 1954 года [3.36], «Чистота – главное в уходе за новорожденным» Н. Ватолиной 1958 года [3.37].

Наряду с этим были плакаты, посвященные правильному питанию ослабленных детей, например, работы М. Маризе-Краснокутской «Каззоль и плазмон давайте детям по совету врача» 1959 года [3.38], А. Доброва «Это детям полезно» 1958 года [3.39].

Устройство детей в ясли и детские учреждения – важный тематический посыл многих плакатов рассматриваемого периода, так, этот вопрос поднимается в работах Г. Шубиной «Детские сады и ясли – нашим детям!» 1955 года [3.40], Н. Ватолиной «Работают матери, спорится труд – колхозные ясли детей берегут!» 1955 года [3.41] и «Пусть в каждом колхозе детсад окружит любовью ребят!» 1958 года [3.42], Г. Шубиной «Когда в колхозе хорошие ясли, спокойна мать и ребенок счастлив» 1936 года [3.43], «Мне дома скучно! А нам в яслях весело!» 1930 года [3.44].

Государство было готово оказать помощь в воспитании детей, для этого создавались не только детские сады и школы, но и специальные отделы, это отражено в плакате художника Зотова, авторами идеи выступали Р. Берковиц, Н. Эйгес «Консультация – лучший друг семьи в деле воспитания здоровой социалистической смены» [3.45], Р. Дементьева «Учеба и отдых, игры и труд, все

для детей предусмотрено тут. И мамы довольны, заботу ценя, спасибо за школу продленного дня!» 1960 года [3.46], Г. Шубиной «Пионерский лагерь – кузница здоровья коммунистической смены» 1934 года [3.47], «Крестьянки, организуйте кассы взаимопомощи матерей!» 1929 года [3.48].

Советский плакат воспевал ценности многодетной семьи, счастливого детства. Здесь отметим плакаты Н. Ватолиной «Слава матери-героине!» 1944 года [3.21], В. Степанова «Один ребенок хорошо, два – лучше!» 1968 года [3.53], Н. Ватолиной, Н. Денисова, В. Правдина, З. Рыхловой-Правдиной «Спасибо товарищу Сталину за счастливое детство!» 1938 года [3.49], В. Говоркова «Спасибо любимому Сталину – за счастливое детство!» 1936 года [3.50], Н. Ватолиной «Спасибо родному Сталину за счастливое детство!» 1950 года [3.51] и «Слава великому другу детей!» 1952 года [3.52].

Аксиологическими доминантами здесь являются ценности родительства и детства, многодетности, ценности воспитания и социализации, витальные ценности, ценности экзистенциальные, связанные с заботой о подрастающем поколении.

Репродуктивное здоровье семьи. Рекламный дискурс начала XX века делает эту тематику значимой, многие советские плакаты освещают различные аспекты данного направления: в период с 1921 по 1924 годы появляются плакаты о необходимости сохранения здоровья новорожденных и матерей посредством обращения в медицинские учреждения – «Беременная и мать с новорожденным – иди в консультацию» [3.54], «Роди в больнице, бабка калечит твое здоровье» Мосздравотдела [3.55]. Можно также выделить и более поздние произведения: плакаты «Грудному ребенку место в яслях, а не в тундре» Б. Тедерса 1967 года [3.56], «Не забывайте о родильной помощи и консультациях в колхозах и совхозах» 1930 года [3.57], «Ясли и родильную помощь – работнице и крестьянке» Ф. Слуцкого 1928 года [3.58]. Репродуктивному здоровью обоих супругов посвящен плакат Н. Ватолиной «Здоровые родители – здоровое потомство», он агитирует молодежь относиться внимательно к медицинским обследованиям, не пренебрегать ими [3.22].

В 1925 году художником О. Грун был создан плакат «Что должна знать каждая женщина», он представляет собой коллаж из четырех иллюстраций, которые сопровождаются дидактическими подписями: *«Не пей спиртных напитков, не поднимай тяжелого, почаще мойся и меняй белье, во время беременности покажись несколько раз врачу», «Отеки во время беременности – болезнь. Обращайся к врачу. Долой бабку!», «Роды с бабкой часто кончаются тяжелой болезнью и даже смертью матери и ребенка», «Знание и чистота – залог здоровья. Акушерка училась и знает, как правильно ходить за матерью и ребенком. Зови акушерку!»* [3.59]. В том же году публикуется плакат художника А. Комарова «Оберегайте женщину-мать», он направлен на сохранение здоровья беременной женщины, вот как выглядит основной текст плаката: *«Хозяин бережет свою жеребую лошадь и стельную корову, но не жалеет беременную жену. Крестьянин! – Освободи ее от трудной работы, не давай подымать тяжести, – это губит ее и ребенка!»* [3.60].

Тема искусственного прерывания беременности также представлена в советском плакате. Хотя в 1920-е годы правительство легализовало аборты по медицинским показаниям, оставалась практика проведения нелегальных операций, против которых и были направлены первые плакаты. В том же году выходит плакат Отдела охраны материнства и младенчества, надписи которого свидетельствуют о риске нелегальных абортов: *«Выкидыш, произведенный бабкой или акушеркой, не только калечит женщину, но часто ведет к смерти», «Всякий выкидыш вреден», «Бабка и акушерка, производящая выкидыш, совершает преступление»* [3.61]. В 1936 году все аборты были законодательно запрещены. Разрешительные нормативно-правовые акты появились только в 1955 году, что опять же способствовало появлению плакатов, направленных против абортов. Так, можно отметить изображения Г.Е. Рошенбурга «Аборт вреден для здоровья» 1957 года [3.62] и А.Н. Доброва «А я хотела сделать аборт» 1961 года [3.63].

Профилактика венерических заболеваний – еще одно тематическое направление плакатов о репродуктивном здоровье семьи, оно относится к 1920-

м годам, подписи адресованы широкой аудитории, они предупреждают, что *«случайные половые сношения – главный источник распространения венерических болезней»*, *«венерические болезни излечимы, и тем скорее, чем раньше начато лечение»* [3.64]. Репродуктивная свобода и здоровье связаны с использованием противозачаточных средств, об этом свидетельствует плакат *«Противозачаточные средства продаются в аптеках»* [3.64].

Фамилистический дискурс здесь определяется ценностями здорового образа жизни и родительства, они являются базовыми, потому что без сохранения репродуктивного потенциала советских граждан невозможно решить демографические проблемы, с которыми боролось государство в тот период.

Семейно-бытовое и домашнее насилие. Тема семейного насилия, прежде всего, в отношениях родителей и их детей также стала объектом демонстрации советского плаката. Художники призывают отказаться от деструктивного поведения в адрес детей и взрослых: так, в работе 1925 года А. Федорова содержится призыв: *«Долой избиение и наказание детей в семье!»*, кроме этого, в тексте плаката мы видим альтернативный способ воспитания: *«Не бей и не наказывай ребят, веди их в пионеротряд»* [3.65]. Этой же теме посвящен плакат А. Лаптева *«Не бей ребенка»* 1929 года, здесь содержится пояснение, что насилие *«задерживает его развитие и портит характер»* [3.66]. Интересен и плакат Н. Поманского *«Чем ребят бранить и бить, лучше книжку им купить»* 1928 года, в нем чтение книг показано в качестве лучшей воспитательной методики [3.67].

Аксиологические постулаты, тиражируемые данным типом плаката, – это ценности внутрисемейной коммуникации, взаимоуважения и заботы, родительства и детства. Превенция семейно-бытовых конфликтов и домашнего насилия способствует формированию здоровой атмосферы в семье, гармонии внутрисемейных отношений.

Родина – мать. Защита Отчизны и родного очага. В период Великой Отечественной войны образы детей и семьи начинают активно использовать в советских плакатах, обращенных к защитникам Родины. Чаще всего это образы

матери и ребенка. Классическим примером здесь можно считать плакат художника И. Тоидзе 1941 года «Родина-мать зовет!» [3.68]. Образ матери, которая просит сына защитить ее от врагов, изображен на плакатах «Сын мой! Ты видишь долю мою... Громи фашистов в святом бою» Ф. Антонова 1942 года [3.69] и «Боец, освободи свою Белоруссию!» В. Корецкого 1943 года [3.70]. Образ ребенка появляется в плакатах «За кровь и слезы наших детей смерть немцам!» А. Казанцева 1943 года [3.71], «Папа, убей немца!» С. Васильева 1941 года [3.72], «Смерть детоубийцам!» В. Иванова, О. Буровой 1942 года [3.73].

Фамилистический дискурс формируется ценностями родства, детства, появляются мотивы памяти, связи поколений, значимости витальных ценностей.

Ценность семьи как социального института. Советский плакат показывает, что данное тематическое направление смыслово близко к разделу «Родительство и детство», но здесь сделан акцент именно на прагматической задаче семьи – воспитании счастливого ребенка, разделяющего ценности эпохи, так, отметим плакаты В. Говоркова «За радостное цветущее детство! За счастливую крепкую семью!» 1936 года [3.74], «Счастливые родятся под советской звездой!» 1936 года [3.75], «Советской стране – советских богатырей» 1935 года [3.76], «Честью семьи дорожи!» 1949 года [3.77], В. Иванова «Мир и счастье нашей земле, мир и счастье каждой семье» 1964 года [3.78], «Дети – счастье семьи! Дети – будущее народа! Будь счастлив, родной!» 1955 года [3.79], «Мир и счастье детям всей земли!» 1955 года [3.80], Н. Бабина, Г. Гаусмана «Взаимное уважение в семье, забота о воспитании детей» 1966 года [3.81].

Основные транслируемые ценности данного направления: ценности семьи, родительства, детства, внутрисемейной коммуникации, воспитания и социализации детей, заботы и взаимоуважения.

Фамилистический дискурс советского плаката отличался тематическим разнообразием, основные аксиологические доминанты и содержательные характеристики представлены в таблице 13.

Таблица 13. Специфика изображения ценностей семьи в советском плакате

Проблемные векторы фамилистического дискурса	Аксиологические доминанты	Названия плакатов
проблема сохранения физического и психологического здоровья семьи	- ценности здорового образа жизни; - витальные ценности; - ценности семьи; - ценности родительства; - ценности родства.	«Папа, не пей!», «Помни, когда ты пьешь, твоя семья голодна», «Вино – яд. Ни капли вина ребенку», «Променяла», «Хочешь быть таким – тренируйся», «Если хочешь быть здоров – закаляйся»
проблема семейного устройства детей- сирот и детей, оставшихся без попечения родителей	- ценности родительства; - ценности родства; - ценности материнства; - ценности детства; - ценности воспитания и социализации детей; - ценности опеки и заботы.	«Дом ребенка», «Матери, не подкидывайте детей! Идите в советы социальной помощи, там вам помогут», «Ребенка не подкидывай. Взыщи с отца на воспитание», «Помогите организовать труд беспризорных подростков», «Детский дом заменяет семью беспризорному и бездомному ребенку», «Всенародной любовью и лаской окружим детей фронтовиков!», «Вся страна заботится о тебе! Своей заботой советский народ не оставит солдатских сирот!», «Окружим сирот материнской лаской и любовью»
проблема воспитания и социализации подростающего поколения	- ценности родительства; - ценности детства; - ценности многодетности; - ценности воспитания и социализации, - ценности экзистенциальные; - витальные ценности.	«Всем вам, бабы, надо знать, как ребенка воспитать!», «Митинг детей», «Соски и жвачки погубили больше крестьянских детей, чем пули солдат», «Чистота, солнечный свет и свежий воздух сохраняют здоровье ребенка», «Расти, богатырь!», «Расти здоровым!», «Чистота – главное в уходе за новорожденным», «Детские сады и ясли – нашим детям!», «Работают матери, спорится труд – колхозные ясли детей берегут!», «Пусть в каждом колхозе детсад окружит любовью ребят!», «Мне дома скучно! А нам в яслях весело!», «Слава матери-героине!», «Один ребенок хорошо, два – лучше!»

проблема сохранения репродуктивного здоровья семьи	- ценности родительства; - ценности здорового образа жизни.	«Что должна знать каждая женщина», «Оберегайте женщину-мать», «Аборт вреден для здоровья», «А я хотела сделать аборт», «Противозачаточные средства продаются в аптеках»
проблема предотвращения практики семейно-бытового и домашнего насилия	- ценности внутрисемейной коммуникации; - ценности любви, заботы и взаимоуважения; - ценности родительства; - ценности детства.	«Не бей ребенка», «Чем ребят бранить и бить, лучше книжку им купить», «Долой избиение и наказание детей в семье!»
проблема защиты Родины-матери и родного очага	- ценности родства; - ценности детства; - ценность памяти; - ценности связи поколений; - витальные ценности.	«Родина-мать зовет!», «Сын мой! Ты видишь долю мою... Громи фашистов в святом бою», «Боец, освободи свою Белоруссию!», «За кровь и слезы наших детей смерть немцам!», «Папа, убей немца!», «Смерть детоубийцам!»
проблема сохранения семьи как социального института	- ценности семьи; - ценности родительства; - ценности детства; - ценности внутрисемейной коммуникации; - ценности воспитания и социализации детей; - ценности заботы и взаимоуважения.	«За радостное цветущее детство! За счастливую крепкую семью!», «Счастливые рождаются под советской звездой!», «Советской стране – советских богатырей», «Честью семьи дорожи!», «Мир и счастье нашей земле мир и счастье каждой семье», «Дети – счастье семьи! Дети – будущее народа! Будь счастлив, родной!», «Мир и счастье детям всей земли!», «Взаимное уважение в семье, забота о воспитании детей»

Советский социальный плакат многое перенял от лубочной культуры, в то же время он имел ряд особенностей, которые проявлялись в побудительной лозунговости, технологиях выстраивания композиции, специфике реализации. Талант советских художников способствовал тому, что произведения острой социальной направленности за счет яркого исполнения оставались в памяти людей, следовательно, и ценности, транслируемые плакатным искусством, также становились частью мировоззренческих ориентиров.

Фамилистический дискурс советского плаката был обусловлен содержанием политики государства, прежде всего, семейной и демографической. В отличие от публицистического дискурса, где в определенные периоды усиливался оппозиционный вектор, как, например, в феминистском самиздате и литературно-общественной периодике семейно-бытовой направленности, плакатное искусство демонстрировало единственную стратегию: изображения и лозунги отличаются однозначностью тиражируемых установок, ясностью и доступностью. Композиционное решение, стилистика, сюжет, цветовая палитра – все эти компоненты подчинены формированию важных аксиологических ориентиров, семейные ценности – родительство, детство, внутрисемейный диалог, любовь, забота, взаимопонимание, многодетность – начинают активно ретранслироваться государством с 1930-х годов и продолжают распространяться плакатом в послевоенное время.

ВЫВОДЫ ПО ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ

Развитие фамилистического медиадискурса проходит в условиях советского периода, специфика репрезентации ценностей семьи зависит от идеологических и политических реформ. В первое десятилетие советской власти (1917-1927) фамилистический дискурс женской периодики отражает некоторую аксиологическую дихотомию, так как формируется двумя типами изданий: общественно-политическими журналами и литературно-общественными изданиями семейно-бытовой направленности. Для первых – характерно воспевание новой системы ценностей, ценности семьи здесь представлены как атавизм, можно говорить о примитивизации морали, ценностном кризисе; вторые – тиражировали ценности материнства, супружества, характерные для дореволюционного периода. Педагогическая периодика отражает принцип общественного воспитания детей, предложенный советским правительством, способствует тиражированию в СМИ индифферентной модели родительства, где вопросы социализации, воспитания и образования ребенка возлагаются не на семью, а на образовательные институты, семейные ценности в этот период

педагогическими журналами не тиражируются. Схожая ситуация характерна и для изданий для семейного чтения.

Специализированная пресса в довоенные и военные годы (1928-1945) освещает вопросы совмещения общественной деятельности женщины и материнства, сохранения женского репродуктивного здоровья семьи. В военные годы актуализируются темы исторической памяти, жертвенности и долга, помощи детям и семьям фронтовиков. В последние годы войны нужно отметить возвращение в СМИ публикаций бытовой направленности, темы многодетности, что обусловлено демографическим кризисом и необходимостью повышения рождаемости. Аксиологические постулаты данного периода: ценности родства, исторической памяти, связи поколений, супружества и родительства, воспитания и социализации подрастающего поколения.

Фамилистический дискурс специализированной периодики послевоенного времени (1946-1991) отличается тем, что семья как социальный институт снова находится в центре внимания, можно наблюдать приоритет ценностей родительства и родства, социализации и воспитания детей, семейного чтения и совместного досуга, заботы и взаимоуважения, исторической памяти и связи поколений. Женская пресса и журналы для семейного чтения показывают сочетание общественной роли женщины с материнством и супружеством. Исключением является феминистский самиздат, который культивирует индивидуальные ценности равенства и свободы, критикует ценности советской семьи, нивелирует значение семьи как социального института, на его страницах поднимаются вопросы, которые ранее были стигматизированными: репродуктивное насилие, семейно-бытовые конфликты, угнетение женщины в семье и пр. Функционально-жанровые особенности фамилистического медиадискурса послевоенного периода характеризуются усложнением жанровой системы, о семье повествуют не только художественные произведения, но и портретные очерки, фельетоны, рецензии, фотоотчеты, событийные заметки, репортажи и корреспонденции.

Особенности семейной политики советского времени нашли отражение и в плакатном искусстве. Так, фамилистический дискурс советского плаката отличался однозначностью тиражируемых установок, ясностью и доступностью. Его основными аксиологическими ориентирами являлись ценности родительства, детства, внутрисемейного диалога, любви, заботы, взаимопонимания, многодетности.

Специализированная периодика дореволюционного и советского периодов определила дальнейшее развитие фамилистического медиадискурса, которое состоялось уже в рамках современной медиасистемы, а рекламные технологии лубочного и плакатного искусства стали прообразом социальной просемейной рекламы, об этом пойдет речь в следующей главе данного исследования.

ГЛАВА IV. ФАМИЛИСТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСИСТЕМЫ

Для выявления специфики фамилистического медиадискурса современного периода мы обратимся к анализу печатных и интернет-СМИ, а также аудиальных и аудиовизуальных медиа. Исследовательская методика предполагает изучение основных аспектов фамилистического медиадискурса, описанных в предыдущих параграфах. Хронологические рамки данной главы ограничены периодом современности, поскольку мы ставим перед собой задачу проследить эволюцию фамилистического медиадискурса от дореволюционного периода до текущего момента.

Значимыми с позиции формирования аксиологических ориентиров становятся журналы для родителей, которые аккумулируют традиции женской и педагогической периодики в репрезентации проблем института семьи. Журналы для родителей мы рассмотрим на примере печатных и сетевых изданий.

Тема семейных ценностей не является центральной в медиаповестке радио и телевидения, однако нами будут проанализированы аудиальные и аудиовизуальные просемейные медиапроекты и систематизированы значимые аксиологические доминанты, которые они передают. В рассматриваемый период ценности семьи транслировались и социальной рекламой. Для нас представляет интерес анализ специфики воссоздания традиционных ценностей средствами печатной и видеорекламы. Отдельный параграф данной главы будет также посвящен просемейным блогам, которые являются значимым сегментом медиасистемы и формируют важные аксиологические постулаты.

§ 4.1. Фамилистический дискурс печатных, аудиовизуальных и сетевых СМИ конца XX – начала XXI века

Трансформация отечественного медиарынка в 1990-е годы стала следствием перемен в общественно-политическом и экономическом устройстве страны, исследователи называют первую половину девяностых годов «золотым веком журналистики», прежде всего, за небывалый рост наименований

периодических изданий, постепенное расширение сегмента рынка специализированной прессы, отсутствие идеологического контроля. Постепенно завершается переход от советской медиасистемы к современной, последствиями трансформации медиарынка и развития информационно-коммуникационных технологий можно считать диджитализацию значительного числа медиаканалов, рост регионального трафика, интерес аудитории к узкоспециализированному и качественному контенту, медиапотребление через мобильные устройства и компьютер и мн. др. Важным изменением становится то, что издания постепенно уточняют свою содержательно-тематическую модель в связи с продолжающимся развитием рынка специализированных медиа. Это отражается, в том числе, и на специфике репрезентации семейной тематики в СМИ.

Фамилистический медиадискурс данного периода определяется не только технологическими новациями в сфере СМИ, но и теми социально-политическими процессами, которые протекают в обществе. 1990-е годы принято обозначать «демографической ямой», в условиях проводимых экономических и политических реформ население было не готово к деторождению, что повлекло за собой существенный демографический кризис, который нашел выражение в увеличении смертности и резком снижении рождаемости. Проводимая государством политика, направленная на поддержку материнства и детства, оказалась неэффективной. Такие нормативно-правовые акты, как Указ Президента РФ 1993 года об увеличении размера единовременного пособия при рождении ребенка, Федеральный закон 1995 года «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей», «Концепция семейной политики» 1993 года, Указ Президента РФ 1996 года об «Основных направлениях государственной семейной политики» не смогли изменить негативные тенденции в сфере демографии: рождаемость продолжала падать.

Переломным моментом стали 2000-е годы, которые характеризуются некоторым улучшением экономической ситуации в стране. В 2001 году Распоряжением Правительства была разработана «Концепция демографического развития РФ на период до 2015 года». Постепенно государство в реализации

семейной политики начинает считать наиболее значимым демографический вектор, принимаются меры по увеличению числа детей в семьях, политика стала носить пронаталистский характер. В 2007 году принимается «Концепция демографической политики РФ до 2025 года», с 1 января 2007 года заработала программа федерального материнского капитала. С января 2019 года началась реализация Национального проекта «Демография», 2024 год был объявлен Годом семьи. «Приоритетами государственной семейной политики на современном этапе являются утверждение традиционных семейных ценностей и семейного образа жизни, возрождение и сохранение духовно-нравственных традиций в семейных отношениях и семейном воспитании, создание условий для обеспечения семейного благополучия, ответственного родительства, повышения авторитета родителей в семье и обществе и поддержания социальной устойчивости каждой семьи»²⁹⁹.

Изменения, характерные для общественно-политической сферы, нашли отражение и в медиаповестке. Тема семьи и семейных ценностей появляется в эфире радио, телевидения. В универсальных печатных и сетевых изданиях она присутствует на постоянной основе, что касается специализированной периодики, то в педагогических журналах тема семьи становится за редким исключением второстепенной, но выделяется отдельный сегмент медиарынка – журналы для родителей, в повестке дня большинства женских изданий она продолжает также оставаться значимой. С распространением интернета специализированные медиа, в том числе и просемейной тематики, постепенно осваивают данную коммуникативную площадку, наблюдается рост сетевых изданий о проблемах семьи. Впоследствии данная тема находит широкий отклик и в блогосфере, где значительное количество блогеров выбирают ее в качестве нишевого направления. Рассмотрим специфику фамилистического дискурса печатных и сетевых изданий, а также радио и телевидения в рамках данного параграфа.

²⁹⁹ Год семьи. Подготовка и проведение мероприятий, посвященных сохранению традиционных семейных ценностей. методическое пособие / Сост. В.Л. Тутынин. М: ЦДРА, 2024. С. 3.

4.1.1. Печатные и интернет-СМИ как канал тиражирования ценностей семьи

В 1990-е годы расширился перечень специализированной периодики, в отдельный сегмент медиарынка выделились журналы для родителей, они отличаются большим разнообразием и динамичностью: регулярно появляется ряд новых наименований, рассчитанных на разный читательский адрес. Развитие периодики данной категории является, на наш взгляд, следствием социальных изменений, характерных для данного исторического периода, прежде всего, ролей и моделей, которые относятся к категории ценностных. К ним можно отнести превалирующую модель родительства, на рубеже XX-XXI веков достигли своего расцвета модели ответственного и либерального родительства, они характеризуются демократичными внутрисемейными отношениями, выраженным детоцентризмом, поиском «мягких» педагогических методик. Особо популяризируются в обществе принципы ответственного родительства, их можно обозначить следующим образом: вклад и матери, и отца в процессы образования и воспитания детей должны быть равными; развивающие и воспитательные методики родители вправе выбирать самостоятельно, ограничения здесь два: они не должны нарушать закон и не вступать в противоречие с ценностями и моралью общества; именно на родителей возложена ответственность за образовательные, воспитательные, развивающие и здоровьесберегающие методы, они также являются законными представителями несовершеннолетних детей; ребенок имеет право свободно выражать свою позицию на семейных советах и дискуссиях, когда дело касается его прав и интересов. Ответственное родительство можно определить как социальный феномен, который характеризуется заботой, уважением, поддержкой, сочувствием и сопереживанием родителей к своим детям.

Журналы для родителей рассчитаны на конкретный читательский адрес, существуют издания для молодых родителей, для тех, кто еще планирует беременность или находится в ожидании ребенка, для приемных родителей и т.п. К журналам для будущих родителей можно отнести издания «9 месяцев», «Жду

малыша», «Роды.ru», к политематическим журналам для родителей дошкольников – «Мой ребенок», «Счастливые родители», Mamas & Papas, «Растем вместе», «Хорошие родители», к журналам для родителей детей школьного возраста – «Первоклассные родители», «Школа для родителей». Наиболее часто рассматриваемыми вопросами в обозначенных изданиях являются медицинское просвещение, уход за ребенком, детское здоровье, воспитание, образовательные методики³⁰⁰.

Некоторые журналы в качестве читательского адреса указывают только одного родителя. Например, издание «Мама, это я!» выбрало слоганом следующую фразу: «Быть мамой – просто!». Первостепенная роль матери в воспитании подрастающего поколения подчеркнута в названиях журналов «Мама и малыш», «Мама и я», «Мать и дитя». Издания, предназначенные для отцов, также представлены на медиарынке, чаще всего такие журналы выходят в сетевом формате, бумажная версия у них отсутствует, например, православный интернет-журнал «Батя», журнал для семейных мужчин «Отчество».

В зависимости от тематических ориентиров, информационной политики редакции, иных социально-демографических показателей изображаемых в издании детей, можно говорить об узконаправленности отдельных журналов для родителей, так как они не всегда содержат универсальную информацию. Например, к этой группе принадлежат издания для родителей детей, обладающих особыми потребностями: журналы «Седьмой лепесток», «Образование детей особой заботы»; для приемных родителей: «День Аиста», «Дети дома», «Родные люди», «Мамонтенок», «Приемная семья». Журналы, посвященные семейному устройству детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, неоднородны. В рамках этой группы можно выделить детские базы, где присутствуют, в основном, портреты детей-сирот («Дети дома», «Дети как Дети»); издания для потенциальных приемных родителей,

³⁰⁰ Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О. Семейное воспитание и вопросы родительства в освещении отечественных медиа // Региональная школа журналистики: векторы исследования (К 30-летию создания кафедры журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского). Н. Новгород: ННГУ, 2023. С. 104-110.

специализирующиеся на практических советах желающим принять ребенка в семью («Детский дом», «Ау, родители!», «Мамонтенок»); журналы для семей, в которых воспитываются приемные дети («Родные люди»).

Печатные издания не всегда могут завладеть вниманием аудитории и заинтересовать современную молодежь, которая рассматривает интернет как основной источник информации и ведущий канал коммуникации. Поэтому обращение к интернет-ресурсам семейной тематики, на наш взгляд, вполне оправданно. Например, семейная проблематика встречается на сайтах информационных агентств, многие новостные ресурсы включают публикации обозначенной темы в раздел социальной информации. Большинство информационных агентств используют возможность поиска аудиторией нужной темы в архивах новостей, применяют тэги, которые создают тематические поля, что облегчает процесс отбора и систематизации информации. Но у некоторых информационных агентств, например, у Агентства социальной информации (АСИ) (<https://www.asi.org.ru/>), существуют даже рубрики, которые помогают аудитории знакомиться с информацией на семейную тему: «Старшее поколение», «Семья и дети». Наряду с информационными сообщениями на сайте АСИ размещены экспертные интервью, обзоры, просветительская периодика.

К сетевым ресурсам семейной тематики можно отнести следующие: одним из первых в рунете (7 апреля 2000 года) появился информационный портал «Семья.ру» (<http://www.7ya.ru/>), в архивах сайта на сегодняшний день накопилось значительное количество статей на различные темы, посвященные семье. Авторами подавляющего большинства материалов, опубликованных здесь, являются родители. Информация данного сайта систематизирована по важнейшим видам родительских интересов: рождение, здоровье, воспитание, обучение и развитие. Еще один сетевой проект – «Мама.ру» (<http://mama.ru/>). Этот сайт сами авторы называли «сообществом родителей». Удобная навигация, логичный рубрикатор – эти качества притягивают аудиторию, которой интересны вопросы материнства и воспитания. Работают форум и сообщества.

Среди популярных сетевых ресурсов можно отметить «МААМ.РУ», здесь педагоги делятся сценариями и фотоотчетами с занятий, предлагая ценные идеи и методики развития детей. Благодаря этому portalу родители могут найти новые увлекательные занятия и игры. Портал основан в 2010 году, а в 2020 году признан «социально значимым информативным ресурсом».

Заслуживает упоминания медиагруппа Kidz Media, включающая в себя три собственных издания – «Нет, это нормально» («НЭН»), CHIPS journal, «Наши дети». Каждое из изданий ориентировано на определенную категорию родителей и является одним из наиболее передовых и современных источников информации для русскоязычной аудитории. Основная цель этих изданий – обеспечить поддержку родителям, развивая осознанный подход к воспитанию, образованию и социализации детей.

В русскоязычном сегменте интернета медиаресурсы семейной тематики представлены весьма разнопланово, таким образом, необходимо сделать вывод, что журналы для родителей оформились в отдельную специализированную группу, которая также является неоднородной: это и журналы для будущих родителей, родителей дошкольников и школьников, узконаправленные издания – для приемных родителей и для семей с детьми, имеющих специальные потребности. Важно здесь то, что данный тип изданий прочно закрепился на современном медиарынке как в печатном, так и в сетевом виде, и сегодня может быть рассмотрен в контексте формирования фамилистического медиадискурса.

Специфику фамилистического дискурса сетевых и печатных журналов для родителей рассмотрим через анализ публикаций отдельных изданий, их перечень и основные характеристики представлены в таблице 14.

Табл. 14. Эмпирическая база исследования журналов для родителей современного периода

Название издания	Годы выхода	Издатель / редактор	Тип издания	Примечания
печатное издание				

«Счастливые родители» (сетевая версия – Parents.ru)	1998 – наст. вр.	ООО «Херст Шкулев медиа»	журнал для родителей	Журнал «Счастливые родители» предлагает читателям необходимую информацию о первых годах жизни малыша и всех стадиях материнства. В издании присутствуют разделы: «9 месяцев», «Мой малыш», «Моя семья», «Красивая я». Каждый раздел включает определенные рубрики, которые меняются из номера в номер: «Инфобеби», «Беременность», «Роды», «Консультация», «Конкурс», «Блюдо месяца», «Детское меню», «Совсем маленький», «Мы растем», «Экспертиза», «Безопасность», «Здоровье», «Инфо», «Красота», «Мода», «Новости», «Психология».
сетевое издание				
«Нет, это нормально»	2016 – наст. вр.	Kidz Media	«самое честное издание для родителей» – сетевой журнал	«Нет, это нормально» специализируется на освещении разных сторон родительства. Основные рубрики: «Ликбез», «Новости», «Мнения», «Интервью», «Лайфхаки», «Отцовство», «Беременность и роды». Слоган издания: «Мы знаем, что родительство – это не глянцевая картинка о потоке бесконечного счастья, а сумасшедший титанический труд».

Журнал «Счастливые родители» является специализированным изданием на рынке периодики, которое функционирует свыше двадцати лет, ему удалось собрать вокруг себя команду высококвалифицированных специалистов разных сфер деятельности: врачей (гинекологов, нутрициологов, педиатров), психологов

(семейных, детских), юристов, экономистов. Его тематика отличается разнообразием: это статьи о здоровье ребенка, вопросах питания, гигиены, ухода за малышом, присутствует здесь и тема взаимоотношений между мужчиной и женщиной, уделяется внимание моде, красоте. В издании можно увидеть статьи для беременных, публикации о специфике ухода за детьми до года, воспитании детей более старшего возраста, авторы поднимают проблемы психологии материнства и детства, освещают репродуктивные вопросы, журнал содержит рекомендации по прикорму и кормлению, рецепты для детей и семьи в целом, имеются публикации, адресованные отцам.

Журнал «Счастливые родители» выстраивает модель современной семьи, одним из важных ориентиров которой является материнство и отцовство, большинство публикаций показывают полную малодетную или среднетдетную семью, ценности многодетности транслируются значительно реже. Многодетные родители на страницах журнала могут выступать в качестве экспертов, эту тенденцию демонстрируют публикации «Без истерик: многодетная мама показала, как легко нанести солнцезащитный крем на кожу малыша», «"Чем больше правил, тем легче детям": принципы воспитания многодетного отца», «"Порядок, режим, дисциплина": многодетная мама поделилась формулой идеального путешествия», «5 процедур для кожи, которые советует многодетная мама Мария Погребняк» и т.п.

Трансформации модели родительства отражены данным изданием наиболее полно, начиная с 2000-х годов журнал транслирует принципы ответственного родительства, в его публикациях отражается изменение родительских ценностных установок, семейно-бытовых ролей мужчин и женщин, принципов воспитания подрастающего поколения. Прежде всего, это характерно для транслируемого образа современного мужчины: его функциональные задачи существенно расширились, поскольку, кроме внесемейных активностей, на него возлагаются вопросы быта, решения родительских проблем, психологическая поддержка остальных членов семьи. Данная тенденция отражена в материалах «Как папе воспитывать ребенка

одному: 3 реальные истории», «Только папа может: 4 важных навыка, которые отец может привить дочке», «6 советов для будущих пап, которые хотят пойти с женой на роды», «На больничном с папой: 4 типичные ситуации, когда это возможно», «От смены подгузников до готовки: 4 вещи, которые отцы делают лучше матерей» и др.

Тем не менее, в журнале представлена и альтернативная точка зрения на роль отца в семье, более свойственная для предыдущих исторических периодов, когда мужчина отвечал за материальное обеспечение семьи, а женщина – за быт и воспитание детей: *«В России образ "мужчины-кормильца" очень привлекательный. Эта модель притягательна для женщин, хотя несет в себе большие риски, так как финансовый фундамент семьи, опирающийся на одного единственного кормильца, становится неустойчивым»*³⁰¹. Отголоски данной позиции характерны для материалов «Папа не может: "Сижу с детьми сестры, пока ее муж играет в приставку"», «А папа на работе!», «Папа может? Стоит ли доверять ребенка отцу», «В России добытчики, на Западе помощники: 5 отличий наших пап от иностранных».

Несмотря на обозначенный дуализм в отображении образа отца, необходимо сделать вывод, что издание постепенно продвигает идею вовлеченности обоих родителей в процесс воспитания детей, приглашенные психологи, педагоги и иные эксперты настаивают на значимости разделения обязанностей по уходу за ребенком, семейным досугом между супругами. Тем не менее, за каждым должны быть закреплены собственные роли и задачи: *«В идеале родители представляют собой пару, где мама олицетворяет детство – уютный и теплый мир, где всегда угадываются и исполняются все желания, где ничего не требуют и всегда помогут. А папа – посланец другого, взрослого мира, где каждый человек отвечает за себя, где есть неизвестность, риск и успех, где есть любовь, хоть она и отличается от любви мамы к младенцу»*³⁰².

³⁰¹ Воронезцева К. В России добытчики, на Западе помощники: 5 отличий наших пап от иностранных // Счастливые родители. 2021. № 10. С. 42.

³⁰² Пришлая Л. Современный отец: какой папа достался вам и вашим детям – 4 главных типа // Счастливые родители. 2021. № 4. С. 13.

Современное родительство, которое показано на страницах данного журнала, базируется на принципе детоцентризма, когда интересы ребенка являются преобладающими, родители отказываются от авторитарных методов воспитания, система наказаний выстраивается на разговорах и убеждениях, реже – запретах, физические методы воздействия не применяются. Самой главной ценностью, по мнению редакции, является ценность детско-родительской коммуникации, дружбы, доверия. Залогом здорового общения с ребенком можно назвать следование следующим принципам: *«уважать ребенка, говорить ему правду, доверять ему, слушать его, разговаривать с ним...»*³⁰³.

Необходимо отметить, что, с одной стороны, при анализе предметно-тематического наполнения журнала можно наблюдать, что родительство выстраивается как некоторая совокупность предпринимаемых отцом и матерью процедур и задач, направленных на решение бытовых проблем ребенка, его воспитание и развитие. Это обусловлено доминированием публикаций, связанных со здоровьем, питанием, играми подрастающего поколения. С другой стороны, необходимо подчеркнуть, что родительство становится осознанным, планируемым: это выражается и в более позднем рождении первенца, в совмещении карьерного роста и воспитания детей, практиках ранней социализации ребенка, данной проблеме посвящены публикации «Яркая личность и заботливая мама: ищем баланс», «Молодая мама – не сбитый летчик: можно ли строить карьеру, сидя в декрете», «Все успеть: 10 эффективных лайфхаков для работающих мам».

Представленную в издании модель родительства западные исследователи обозначили бы как «интенсивную», то есть предполагающую существенные финансовые, темпоральные, эмоциональные затраты на воспитание ребенка. Такое родительское поведение строго ориентировано на экспертное и научное знание, опыт и традиции. Журнал подчеркивает ответственность родителей за безопасность, развитие, социализацию, образование детей. В сознание родителей

³⁰³ Артемьева Е. Что значит «уважать ребенка»: мнение французского психоаналитика // Счастливые родители. 2011. № 5. С. 51.

внедряется идея, что для достижения жизненного успеха подрастающего поколения необходимо вложить в образование и развитие ребенка значительные ресурсы.

Проблемность публикаций журнала «Счастливые родители» можно обозначить тремя векторами: «вечные» проблемы, с которыми сталкиваются члены семьи во все времена; специфичные проблемы, обусловленные спецификой российской ментальности; проблемы «звездных» семей. Так, к первой группе можно отнести публикации «Развод пары с детьми: 5 вещей, которые сделают его быстрым и безболезненным», «Может случиться с каждым: как понять, что подросток хочет сбежать из дома», «Отцы и дети: четыре типа привязанности, формирующие нашу судьбу», «Хронический недосып: когда же грудничок наконец-то начнет спать по ночам» и т.п. Ко второй – «Одиночество, финансовая зависимость и другие частые проблемы женщин в декрете», «Чем русские мамы удивляют иностранок: 11 особенностей родительства в России», «"Мои деньги – это мои, а его – это наши": как молодой паре научиться вести семейный бюджет без ссор». К третьей – «Юлия и Анна Пересильд: о работе, семье и о том, как правильно ссориться», «Дети не могут договориться и поделить наследство: что сейчас происходит в семье Алена Делона», «Анджелина Джоли обвинила Брэда Питта в насилии не только по отношению к детям», «"Акиньшина – не классическая мать" – психолог о том, почему актриса легко отдала детей отцу» и пр. Отметим, что многие проблемы обозначаются, но редакция не предлагает алгоритмов их решения. Тем не менее, для информационной политики издания характерно выстраивание образа идеальной семьи с детьми. Поэтому распространенными рубриками можно считать мини-советы, конкурсы фотографий читателей, позволяющие демонстрировать «счастливое родительство».

Ценности многопоколенной расширенной семьи в издании практически не представлены. Публикации об участии в воспитании детей других родственников, кроме родителей, редки: «Никому ничего не должны? Почему современные бабушки неохотно сидят с внуками», «Возвращают себе власть: 4

причины, почему бабушки и дедушки вмешиваются в воспитание внуков», «Как оградить дочь от влияния бабушки и дедушки?», «Ребенок боится всех, кроме родителей, даже бабушку с дедушкой». Примечательно, что в отдельных материалах обращение к старшему поколению за помощью рассматривается как незрелость родителей, данный шаг им ставится в вину, например, *«Часто новоиспеченные родители оказываются на стороне традиционных ценностей, когда им это выгодно. <...> И отстаивание молодой мамой иного положения вещей порой говорит не столько о желании, чтобы ребенок больше общался с бабушкой, сколько об инфантильной позиции самой дочери, не способной принять свое материнство и новую женскую роль»*³⁰⁴. Все вышеобозначенное подтверждает уклон политики журнала в сторону «интенсивного» родительства.

Фамилистический дискурс данного журнала определяется тем, на что на первое место выдвигаются витальные ценности и ценности воспитания и социализации. Тематическое разнообразие публикаций определяется вопросами здоровья и питания ребенка, его физическим и психологическим развитием, описанием педагогических тактик и стратегий, опытом многодетных и «звездных» семей. В отличие от женской и педагогической периодики журналы для родителей практически не касаются общественно-политической повестки, даже связанной с демографической и семейной политикой. Большинство материалов имеют дидактическую и справочную направленность, это влияет в том числе и на жанровую систему журналов для родителей. Журнал «Счастливые родители» практически не освещает ценности родства, на первый план выходят ценности воспитания и социализации ребенка, витальные ценности, ценности заботы, дружбы, поддержки, то есть транслируются экзистенциальные ценности родительства, связанные с воспитанием и социализацией подрастающего поколения.

Обратимся к анализу сетевого издания «Нет, это нормально», которое существует с 2016 года, но уже за такое непродолжительное время стало

³⁰⁴ Сафарова С. Никому ничего не должны? Почему современные бабушки неохотно сидят с внуками // Счастливые родители. 2022. № 3. С. 21.

заметным среди журналов для родителей, нашло как сторонников, так и критиков, поскольку отличается дискуссионным характером публикаций, поднимает ранее стигматизированные темы, содержит неологизмы и феминитивы. Редакция обозначает следующие показатели своей аудитории: 850 тыс. уникальных посетителей в месяц, 170 тыс. подписчиков в группах соцсетей, 1,7 млн просмотра страниц в месяц³⁰⁵. В интервью с создателями издания была обозначена его миссия: «Мы будем самым классным, смешным, ироничным изданием о родительстве, которое будет писать на самые серьезные, тяжелые темы»³⁰⁶.

Тематическое разнообразие – это то, что отличает данное сетевое издание для родителей от остальных. Спектр тем, включенных в повестку, очень широкий. Рассмотрим наиболее значимые с позиции формирования фамилистического дискурса. В отличие от журнала «Счастливые родители» общественно-политическая повестка присутствует на страницах издания «НЭН»: редакция освещает не только законодательные проекты и инициативы, связанные с решением проблем демографии, поддержкой родительства и детства, но также предлагает собственное видение позитивных изменений семейной политики государства, например, в статье «11 шагов, которые может сделать государство для реальной поддержки родительства» обозначены такие возможные меры, как принятие закона о домашнем насилии, психологический мониторинг и поддержка молодых родителей, приоритет доказательной медицины, контроль за взысканием задолженностей по алиментам, введение системы отдельного декретного отпуска и др.

Вопросы демографической политики государства редакция рассматривает регулярно, например, в статье «В России рождаемость упала до уровня времен Второй мировой войны» экспертом выступает специалист Минздрава России по

³⁰⁵ Основная аудитория НЭН // Kidz Media [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kidz.media/net-eto-normalno>. Дата обращения: 22.05.2024.

³⁰⁶ Красильникова Н. «Быть родителем – это борьба»: интервью с создателями «Нет, это нормально» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/relationship/3816-byt-roditelem-eto-borba-intervyu-s-sozdateljami-net-eto-normalno/>. Дата обращения: 22.05.2024.

репродуктивному здоровью женщин Н. Долгушина, в публикации «"Помощь с лужайкой": как работает господдержка семей с детьми в России» социолог РАН Ю. Островская оценивает меры по стимулированию рождаемости, в интервью «"Когда органы, созданные для предотвращения беды, выглядят как каратели, это очень тревожная ситуация": Анна Кузнецова раскритиковала российскую систему работы с семьями» уполномоченная по правам ребенка при Президенте России дает оценку деятельности органов опеки и попечительства.

Отметим, что вопросы семьи и родительства данным сетевым изданием освещаются преимущественно в проблемном ключе, по подаче материала у «НЭН» очень много общего с феминистским самиздатом советского периода, например, активизация внимания аудитории на проблемах домашнего насилия – публикации «Ударил – беги: обращение к женщинам, которые столкнулись с насилием в семье», «Каждая третья женщина в мире подвергается насилию: большой ликбез на страшную тему», «"Насилие является действительно скрепой – оно одобряется, поощряется": юристка Алена Попова рассказала о том, как продвигается принятие закона о домашнем насилии», «"Муж избил меня и лег спать". История Ирины, которая потеряла дом, пострадав от домашнего насилия».

Проблемы насилия отображаются не только в виде цифр статистики, редакция акцентирует внимание на историях отдельных людей, обращаясь к таким «исповедальным» жанрам, как интервью и портретный очерк. Например, публикации «Боль, унижение, насилие. История Индиры, у которой бывший муж отобрал детей», «Татьяна Орлова: "У насилия нет свидетелей – есть только участники"», «"Я ушла, когда поняла, что ему нравится меня избивать и это никогда не кончится". История Нины», «"Если ты умрешь, мы будем говорить детям, что у них была хорошая мама". История Хеды» и мн. др.

Также на страницах журнала поднимаются вопросы акушерского и репродуктивного насилия – «ООН признала акушерское насилие ограничением прав человека», «"Скажи спасибо, если в приемном отделении тебя осмотрели без мата и пренебрежения": история о суровой реальности родов по ОМС»,

«"Почему я хочу, но больше не буду рожать": откровенный рассказ матери двоих детей», «Женское несчастье: почему мы все еще вынуждены бороться за свои репродуктивные права», «Репродуктивное насилие: что это такое и как понять, являетесь ли вы его жертвой».

Тема общественной дискриминации женщин также регулярно появляется в повестке издания – «Как в России дискриминируют матерей: на работе, в рекламе и на улице», «Что такое "штраф за материнство" и как он устроен», «Вопросы о планах на беременность при устройстве на работу – это дискриминация. Но их задают большинству соискательниц», «"Мы соглашаемся с отношением к себе как к объекту не от хорошей жизни": колонка о том, почему женщины защищают Ивана Абрамова» и др.

Проблемный материал обычно отличается экспрессивностью, некоторым нагнетанием эмоций, например, *«Когда вокруг тебя только и разговоров, что какая-то женщина после родов «распустилась», «обабилась» – вот муж от нее и ушел, волей-неволей начнешь чувствовать себя крайне неудобно в своем собственном теле. Теле, которое вообще-то только что произвело на свет нового человека!»*³⁰⁷ или *«Таким образом, мы окажемся в обществе мечты: дети и их матери будут надежно удалены с улиц, а когда они вернутся в общество – будут покорными, тихими, а главное – уже взрослыми. Никакого кормления в метро! Никаких пятилеток в музее! Никаких порванных обоев, воплей с детской площадки, скрипа качелей и матерящихся школьников в трамвае!»*³⁰⁸.

Феминистская направленность издания подтверждается не только использованием феминитивов в текстах и заголовках, но и тематикой публикаций, например, «Материнство как дело государственной важности. Первые русские феминистки – о родительстве», «Мужчины у пивного ларька и

³⁰⁷ Карнович-Валуа М. «Мы соглашаемся с отношением к себе как к объекту не от хорошей жизни»: колонка о том, почему женщины защищают Ивана Абрамова // НЭН [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://n-e-n.ru/notfromagoodlife/>. Дата обращения: 22.05.2024.

³⁰⁸ Кухарева А. Традиционное бесправие в прекрасных интерьерах // НЭН [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://n-e-n.ru/nichego-nelza/>. Дата обращения: 22.05.2024.

фемина советика: о чем писали подпольные феминистские журналы СССР», «Снять хиджаб. Женщины, которые пытались изменить Иран», «Дорогая Юлия Меньшова, моя дочь вырастет феминисткой», «Пацифизм, гуманизм, феминизм и полеты: за что мы любим аниме Хаяо Миядзаки», «Как девчонка: почему нам и нашим детям нужен феминизм», «Икона феминизма, активистка, мать троих детей: все о Джиллиан Андерсон и ее материнстве» и др.

Журнал освещает темы, которые длительное время относились к числу стигматизированных, например, выделим публикации, посвященные проблемам родителей с ограниченными возможностями здоровья: «"Система сделана не для людей, а для чего-то еще": как живут и в чем нуждаются родители с инвалидностью», «"Семья как семья": в Рунете запустили проект о том, как живут пары, в которых у одного из супругов (или обоих) есть инвалидность», «"Репрезентация важна": женщины с ограниченными возможностями здоровья рассказали, как они справляются с материнством», «"Ты сама себя не можешь обслужить, как ты будешь за ребенком ухаживать?" Монологи мам с инвалидностью» и т.п.

Еще одна не характерная для универсальных изданий тема – это ментальное здоровье родителей, о нем очень долго не писали СМИ, хотя с послеродовой депрессией и иными заболеваниями сталкивается значительное число людей, об этом рассказано в материалах «НЭН»: «В России запускается сайт о ментальном здоровье матерей», «Депрессию назвали самым распространенным осложнением беременности и послеродового периода», «Ментальное здоровье после родов: такое важное и такое недооцененное», «В Австралии выпустили чек-лист для проверки состояния ментального здоровья будущих и начинающих родителей», «"Би-Би-Си" выпустила фильм о послеродовых ментальных расстройствах», «"Психологическое здоровье матери всегда важнее грудного вскармливания": честная колонка консультантки по лактации» и др.

Актуализируются на страницах сетевого журнала и вопросы суррогатного материнства, это связано с дискуссиями об этичности данной процедуры и о

необходимости ее запрета на законодательном уровне, тема достаточно часто освещается журналистами «НЭН»: «Суррогатное материнство: что с ним не так и почему его предлагают полностью запретить», «В России запретили суррогатное материнство для иностранцев», «Госдума отклонила законопроект о запрете суррогатного материнства в России».

Несмотря на феминистскую направленность издания, сетевой журнал обращается и к традиционным ценностям, прежде всего, родительству. Так, тема отцовства в издании «Нет, это нормально» представлена весьма разнопланово, например, на страницах журнала можно увидеть публикации о том, какие трансформации характерны для восприятия обществом роли отца – материал «Молодой папа: как менялся образ отца в медиа»; прочитать истории о счастье быть родителем «Отцовство дало мне возможность быть собой» и «"Если отцовство не изменило вашу жизнь, вы что-то делаете не так": мнение одного папы»; узнать об эмоциях, которые испытывают отцы: «Быть папой – способ заземлиться и через это транслировать свои чувства», «Нежные и сентиментальные отцы существуют! Вот 10 фотодоказательств», «"Папа смертельно устал": письмо об отцовском выгорании» и др. Отдельно отметим и такие узкоспециализированные темы, как приемное родительство для мужчин – «"Пока в общественном сознании нет понимания, что каждый ребенок имеет право на семью": многодетный отец – о приемном родительстве и равном консультировании».

Ценность материнства описывается в публикациях «"Я чувствую себя на своем месте": актриса Бриджит Нильсен – о материнстве после 50 и безмятежном родительском счастье», «20 приемов счастливого родительства: чек-лист», «Счастливое материнство невозможно в рамках стереотипов», «"Я хотела бы иметь больше детей": что мы знаем о материнстве Ренаты Литвиновой», «Счастье материнства: правда ли, что дети делают женщин счастливее?».

Показательно, как издание освещает вопрос традиционных семейных ценностей, этому аспекту посвящено значительное число публикаций: «Традиционные семейные ценности: устаревший стереотип или единственно

верный жизненный уклад?», «Крепкая семья и власть авторитета: в Семейный кодекс предложили внести понятие "традиционных ценностей"», «"Счастливая жена, мать и феминистка": колонка о том, какими должны быть традиционные семейные ценности». Проанализировав данные публикации, отметим, что редакция журнала старается примирить ценности семьи и родительства с феминистскими взглядами, этот синкретизм можно выразить следующим высказыванием: *«В традиционных ценностях – особенно в тех, в которых партнеры относятся друг к другу с уважением, соблюдают достигнутые друг с другом договоренности <...>, заботятся друг о друге, любят друг друга и относятся друг к другу бережно и с уважением – нет ничего плохого. Это я вам как представительница той самой традиционной семьи говорю. Однако как только эти самые ценности начинают использоваться как инструмент для того, чтобы вернуться в некое благословенное прошлое – то самое, в котором женщина – лишь собственность мужчины, покорно подчиняющаяся его воле и рождающая без конца, пока не окажется в реанимации, то они из неплохой идеи превращаются в оружие массового поражения»*³⁰⁹.

Таким образом, можно сделать вывод, что сетевой журнал «Нет, это нормально» транслирует такие традиционные ценности, как родительство – материнство и отцовство, забота, образование, социализация и воспитание детей, любовь, взаимоуважение, диалог.

Фамилистический дискурс журналов для родителей современного периода характеризуется следующими особенностями:

– **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического медиадискурса обусловлены существованием разноплановых изданий для родителей, отдельные издания поднимают проблемы традиционных семей с детьми, другие – посвящены узкоспециализированным проблемам родительства – приемным семьям, семьям с особыми детьми и т.д. И если тематическими

³⁰⁹ Высоцкая Т. «Счастливая жена, мать и феминистка»: колонка о том, какими должны быть традиционные семейные ценности // НЭН [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://n-e-n.ru/cennosti/>. Дата обращения: 22.05.2024.

особенностями одних являются проблемы питания, здоровья, воспитания и социализации детей, то другим свойственны ранее стигматизированные темы: ментальное здоровье семьи, суррогатное материнство, семейно-бытовые конфликты, родители с инвалидностью, акушерское насилие и т.д.

– **Функционально-жанровые особенности** фамилистического медиадискурса печатных и сетевых изданий для родителей можно обозначить как разноплановые, редакции используют возможности разных жанров, но наблюдается тенденция использования «исповедальных» форматов: интервью, портретного очерка. Сетевое издание отличается большей эмоциональностью подачи материала, стилистическими и языковыми особенностями: журнал использует неологизмы и феминитивы.

– **Основными аксиологическими постулатами** современного периода являются ценности родительства, семейной коммуникации, взаимообогащения, заботы, диалога, воспитания и социализации детей. Примечательно, что даже издания феминистской направленности, несмотря на то, что транслируют ценности свободы и самореализации, к таким традиционным ценностям, как родительство, любовь, забота и поддержка, относятся с уважением и считают их значимыми.

В следующем параграфе работы рассмотрим особенности фамилистического дискурса аудиальных и аудиовизуальных медиа современного периода.

4.1.2. Популяризация семейных ценностей аудиальными и аудиовизуальными медиа

В последние годы наблюдается рост интереса государственных структур к содержательному наполнению аудиальных и аудиовизуальных медиа, прежде всего, телевидения. Так, в 2022 году вице-премьер Татьяна Голикова дала поручение Минцифре, ВГТРК и «Первому каналу»³¹⁰ увеличить число

³¹⁰ Телеканалы должны будут увеличить число передач и фильмов о традиционных ценностях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/515864>. Дата обращения: 19.05.2024.

медиапроектов о традиционных ценностях, в том числе, ценностях родительства и супружества. 22 июня 2023 года был опубликован проект постановления Государственной Думы, где содержится рекомендация наладить на федеральных каналах «производство теле- и радиопередач, а также рекламы для духовно-нравственного воспитания молодежи и пропаганды традиционных семейных ценностей»³¹¹.

Актуализация данной повестки произошла и в 2024 году, который был объявлен Годом семьи: 14 февраля на заседании Координационного совета по повышению соцэффективности медиаиндустрии и ее взаимодействию с институтами гражданского общества были обсуждены меры по популяризации семейных ценностей отечественным телевидением. Это связано, на наш взгляд, с тем, что представленность темы семьи в телевизионном эфире разных каналов можно обозначить как неоднородную: отдельные каналы практически не обращаются к данной проблематике, другие – специализируются на ней. Как справедливо отмечает М.А. Бережная, телевидение склонно придавать социальной повестке характер сенсаций, представляя ее «в качестве кризисов, имеющих ошеломляюще крупный масштаб. Именно драматичность как основной принцип подачи материала определяет высокую конкурентоспособность ТВ в освещении социальных проблем по сравнению с другими СМИ»³¹². Репрезентация семейной тематики и ценностных парадигм в эфире телекомпаний выстроена преимущественно с позиции сенсационности и скандальности. Примером могут служить проекты «Мужское и женское», «Давай поженимся» («Первый канал»), «Малахов» («Россия 1»), «ДНК» («НТВ»). В одном из интервью уполномоченный по правам ребенка во Владимирской области Геннадий Прохорычев заявил, что «подрывом семейных

³¹¹ Лапшин А. Продвигать семейные ценности предложили с помощью теле- и радиопередач [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.pnp.ru/social/prodvigat-semeynye-cennosti-predlozhili-s-pomoshhyu-tele-i-radioperedach.html>. Дата обращения: 19.05.2024.

³¹² Бережная М.А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса: автореф. дисс... д-ра филол. наук. СПб.: СПбГУ, 2009. С. 12.

ценностей занимаются федеральные ток-шоу. Это "Пусть говорят", это "Время покажет", на НТВ это "ДНК" – это просто антисемейные ток-шоу»³¹³.

Для большинства телевизионных каналов характерно следование коммерческим интересам, что проявляется в преобладании инфотейнмента и сенсационности, ценностно-формирующая и просветительская функции вытеснены на второй план. В то же время аудиовизуальные медиапроекты продолжают воздействовать на формирование взглядов, установок и ценностных ориентиров личности, не всегда это влияние можно определить как позитивное. Проблемно-тематическое содержание и модальность отдельных телевизионных медиапроектов, посвященных семейной тематике, профессиональный уровень ведущих и формы подачи информации, на наш взгляд, не рассчитаны на потребности широкой аудитории, они не в полной мере соответствуют вызовам современности и векторам социальной политики государства.

Анализировать деструктивные проявления фамилистического дискурса современного телевидения в рамках данного диссертационного исследования не представляется интересным, нам важно, чтобы аксиологические вопросы освещались в медиа взвешено и аналитично. Телевидению необходимо качественно повысить уровень освещения семейной тематики, расширяя спектр освещаемых вопросов и привлекая к дискуссии о проблемах института семьи представителей экспертного сообщества. Здесь важно ориентироваться на культурно-просветительскую миссию телевидения, его ценностно-формирующий потенциал, которые позволяют транслировать образцы и модели поведения людей, демонстрировать позицию социума по определенным актуальным вопросам. Поэтому в рамках этого раздела рассмотрим медиапроекты телевидения и радио, транслирующие ценности супружества, родительства и детства, традиционные духовно-нравственные постулаты.

³¹³ Детский омбудсмен: федеральные СМИ транслируют антисемейные ток-шоу [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rossaprimavera.ru/news/1acb2443>. Дата обращения: 19.05.2024.

Здесь отдельно выделим информационно-познавательный телеканал «Семья», функционировавший на протяжении двенадцати лет и нашедший своего зрителя, которому предлагаемый контент был интересен и полезен. Канал был создан в 2008 году в качестве регионального продукта, ориентированного на Московскую область. Слоган данного медиапроекта: «Государство начинается с семьи!». Программное наполнение – это фильмы, сериалы для разных возрастных групп, тематические и познавательные проекты, например, выделяются те медиапродукты, которые направлены на сохранение духовно-нравственных ценностей, это «Семеро с ложкой», «Из чистого истока», «Семейное счастье». Программа «Семейное счастье» была посвящена решению проблем внутрисемейной коммуникации, воспитания и образования подрастающего поколения, многодетных и неполных семей. Бытовые вопросы, с которыми сталкиваются регулярно люди разных возрастов, освещались в эфире программы «Семейные будни». Истории необычных семейных союзов, жизненных перипетий становились предметом обсуждения ток-шоу «В кругу семьи». Проблемам семейного устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, была посвящена программа «Хочу домой». Контент данного телеканала был рассчитан на аудиторию разных возрастов, на первый план здесь были вынесены ценности супружества и родительства.

Интересные медиапроекты семейной тематики готовятся федеральным православным телеканалом «СПАС», например, «Я хочу ребенка» – о приемном родительстве и семейном устройстве детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей; «И будут двое» – о судьбах знаменитостей и простых людей, которым удалось построить здоровую семью, основанную на взаимоуважении и духовных ориентирах; «Служба спасения семьи» – ток-шоу, которое обсуждает и предлагает пути решения сложных внутрисемейных вопросов; «Прямая линия жизни» – помощь женщинам, попавшим в сложную жизненную ситуацию, сохранение репродуктивного здоровья, превенция прерывания беременности. Патриарх Московский и всея Руси Кирилл отметил, что данный телеканал в своей сетке вещания увеличивает число телепрограмм,

посвященных темам «целомудрия и традиционных семейных ценностей. <...> Конечно, одной-двумя программами невозможно исчерпать эту очень важную тему, но тот факт, что открыто на телевидении эти темы обсуждаются – в альтернативном по отношению к массовой культуре ключе – это уже положительное явление»³¹⁴.

Темы семьи и родительства в отечественном медиадискурсе неразрывно связаны, акцентируется внимание на том, что основной целью заключения брака является рождение семьи и появление детей; модель родительства, которая представлена, – современная, базирующаяся на ответственности и осознанности. Важное место в медиаповестке занимают телевизионные программы, посвященные превенции социального сиротства: в рамках данных медиапроектов происходит устройство в семью детей, оставшихся без попечения родителей. Отметим, что данной проблематике посвящены как целые программы, так и отдельные рубрики; обозначенные проекты продолжают традицию социально ориентированной журналистики, где на первый план выходят трудности и потребности отдельно взятой личности, а уже через демонстрацию героя происходит осмысление вопроса и появляются варианты решения сложной ситуации. Так, наиболее известным телевизионным проектом является рубрика «У вас будет ребенок», которая выходит в рамках передачи «Когда все дома с Тимуром Кизяковым» на телеканале «Россия 1» (ранее программа называлась «Пока все дома» и выпускалась «Первым каналом»)³¹⁵. За семнадцать лет своего существования медиапроекту удалось найти приемную семью более чем 4100 детям, оставшимся без попечения родителей. Медийными лицами проекта являются супруги Кизяковы – Елена и Тимур, именно они в 2006 году решили создавать альтернативные информационным базам видеопаспорта детей, нуждающихся в семейном устройстве. Видеопаспорт – это аудиовизуальный портрет ребенка, который формирует представление о том,

³¹⁴ Программы о семье на телевидении исключительно важны, считает патриарх // РИА Новости [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ria.ru/20190320/1551959680.html>. Дата обращения: 19.05.2024.

³¹⁵ Отдельные положения данного раздела отражены в монографии автора – Автаева Н.О., Савинова О.Н. Семейные ценности в отечественном медиадискурсе. Нижний Новгород: ННГУ, 2022. 170 с.

какие у него мечты и стремления, чем ребенок увлекается, как он развивается и мыслит. Если ребенок в силу возраста еще не умеет говорить, то о нем рассказывают специалисты детских учреждений: педагоги, медики и психологи. Потенциальные приемные родители могут составить представление о детях, ищущих семью, еще до этапа очного знакомства.

Сегодня видеопаспорта медиапроекта объединены в автономную информационно-поисковую систему: <http://videopasport.ru/>, каждый видеопаспорт структурирует информацию по следующим разделам: «Мои фото», «Обо мне», «Мои достижения», «Мои видео», «Мои документы», «Мое здоровье», «Я люблю», «Шаги навстречу». Благодаря слаженной работе телевизионной редакции, органов опеки и попечительства, сотрудников детских интернатных учреждений становится возможным обретение семьи детьми, которые воспитывались в системе.

Не только федеральные телевизионные каналы готовят подобные программы о семье и родительстве, региональное телевидение не остается в стороне от решения проблемы социального сиротства. Можно назвать несколько десятков медиапроектов, которые ориентированы на категорию потенциальных приемных родителей: «Я пришел на эту землю» (ГТРК «Алтай»), «Жду маму» (РТС, Республика Хакасия), «Дадим Дом Детям» («ННТВ» Нижегородской области), «Я – Ваш малыш» (ГТРК «Волгоград-ТРВ»), «Хочу домой» (ГТРК «Кострома»), «Я иду искать» (т/к «Подмосковье»), «Право на маму» («Самара-ГИС») «Перекресток жизни» («ОТВ» Сахалинской области), проект «Чужих нет» («Богородск-ТВ»), «Дети ждут» («Архыз 24», Карачаево-Черкесия), «Дорога домой» («ОТВ», Приморский край), «Ищу маму» («ТВ-Абакан») и др.

В Нижегородской области телерадиокомпания «ННТВ» на протяжении нескольких лет выпускала цикл программ, посвященных семейному устройству детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Информационные сюжеты, освещающие изменения в нормативно-правовой системе и новые законодательные акты в сфере социального сиротства, выходили в эфир в рамках программы «ОбъективНО»; популяризацией возможных семейных форм

устройства (усыновления, опеки, попечительства, детского дома семейного типа, приемной семьи, гостевой семьи, патроната), а также демонстрацией историй реальных семей с приемными детьми занималась программа «Земля и люди». Также регулярно транслировались непродолжительные видеофильмы о детях, которые ждут знакомства с приемными родителями. Данный медиапроект получил название «Дадим Дом Детям», проморолики проекта в качестве социальной рекламы демонстрировались и другими региональными телекомпаниями Нижегородской области, увеличивая его аудиторию.

Схожий формат имела телевизионная программа ГТРК «Алтай» «Я пришел на эту землю». Периодичность ее выхода – два раза в месяц. Акцент программы был сделан именно на семейном устройстве детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. В эфир выходили сюжеты, героями которых становились воспитанники детских домов, они рассказывали о себе и своих интересах, выражая надежду, что скоро обретут дом и семью.

Телеканал «Подмосковье» подготовил программу «Я иду искать», которая освещала вопросы социального сиротства весьма разнопланово. Во-первых, рубрика «33 квадратных метра» была адресована аудитории, которая могла стать потенциальными наставниками детям, при достижении совершеннолетия выпустившимся из интернатных учреждений, поскольку им необходима помощь в социализации и решении жилищно-бытовых вопросов. В данной рубрике также были рассказаны истории успешно адаптировавшихся выпускников детских домов. Во-вторых, программа тиражировала видеопортреты детей, нуждающихся в семейном устройстве, они были представлены в каждом выпуске в виде трехминутного сюжета. Наконец, рубрика «Им нужна помощь» выполняла фандрайзинговую функцию, она демонстрировала истории воспитанников детских интернатных учреждений, которым была необходима адресная финансовая поддержка. Поводом для подобного сюжета мог стать медицинский диагноз, который требовал срочного оперативного вмешательства, реабилитации, или несчастный случай. Данный медиапроект выходил на протяжении семи лет.

Информационно-просветительский потенциал имела программа «Перекресток жизни», которая была представлена Сахалинской телекомпанией «ОТВ». Медиапроект был разработан совместно с региональным Министерством образования и ориентирован на широкую аудиторию потенциальных приемных родителей. Старт был назначен на 2005 год, необходимость подобной программы была обусловлена тем, что институт приемного родительства в регионе был практически не развит. Вопросы, которые поднимались в рамках данного медиапроекта: возможные формы семейного устройства, жизнь и быт семьи с приемными детьми, государственная поддержка подобных семей, нормативно-правовое поле приемного родительства, специфика поиска ребенка для семей, желающих оформить опеку или усыновление. Программа была интерактивной, оперативно реагировала на запросы аудитории: в отдельной рубрике давались консультации специалистов по самым разным вопросам: здоровье, имущественные права, психология, особенности воспитания и социализации ребенка-сироты и т.д.

Большинство региональных медиапроектов, решающих проблему социального сиротства, на сегодняшний день перестали выходить в эфир, это связано, прежде всего, с отсутствием финансовой поддержки: дотирование со стороны региональных органов власти или грантовые истории не отличаются продолжительностью. Тем не менее, подобные программы внесли существенный вклад в популяризацию семейных ценностей, их просветительский потенциал позволил сделать тему социального сиротства, которая долгое время относилась к категории стигматизированных, открытой и значимой, регулярно освещающейся в медиаповестке. Повысился и уровень информированности общественности о существующих формах семейного устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, о специфике поиска ребенка, ждущего приемную семью. Формированию позитивного образа замещающей семьи способствовали программы как регионального, так и федерального телевидения, они помогают рассматривать приемное родительство как важный

институт современного общества, призванный решить проблему социального сиротства.

Ценности родства являются центральными в социально-психологическом ток-шоу «Жди меня», концепция программы основана на поиске пропавших родственников и организации встречи с ними. Первый выпуск телепередачи вышел в эфир в 1998 году, его ведущая Оксана Найчук обратилась к зрителям с программным заявлением: *«Что может быть горше разлуки, сейчас в особенности, ведь людей в бывшем Советском союзе разделили новые границы, вооруженные конфликты и просто бедность, а так хочется, чтобы счастья было больше, чем несчастья, поэтому мы и затеяли эту программу»*³¹⁶. Данный медиапроект продолжает традиции советской «поисковой» журналистики и тиражирует семейные ценности, значимость родственных связей, памяти и дружбы.

Ценности родительства также представлены в дискурсе современного телевидения. Например, телеканал «Союз» с 2012 года по настоящее время выпускает цикл передач «Учимся растить любовью», он адресован, прежде всего, родителям, но также и тем, кто занимается вопросами воспитания и социализации детей. В эфире своим опытом делятся многодетные родители, священники, врачи, педагоги и психологи. Телеканал «Культура» в 2021 году представил документальный проект «Новое родительство», в котором отражена эволюция представлений россиян о воспитании детей в семье, педагогических стратегиях и моделях. Режиссеру О. Дроздовой удалось не только представить мнения экспертов по данному вопросу, но и показать все достоинства и недостатки модели ответственного родительства, культивируемой в современном обществе.

Подводя итоги, сделаем вывод, что современное телевидение – это не только релаксация и развлечение, но и значимый посредник государства в решении важных социальных проблем и транслировании значимых духовно-

³¹⁶ Ищу тебя // РТР [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://youtu.be/ksBaRS7v4iU>. Дата обращения: 19.05.2024.

нравственных ценностей, к таковым относятся ценности семьи, супружества и родительства. Несмотря на то, что освещение вопросов института семьи зачастую в телевизионном эфире производится с позиции сенсационности и хайпа, существует значительное количество социально ориентированных медиапроектов, для которых на первый план выступают функции социального участия и ценностного регулирования, именно такие программы представляют собой образец социально ориентированной журналистики.

Обратимся к анализу фамилистического дискурса современного радиовещания. Чаще всего радиостанции сегодня тиражируют ценности родительства, об этом свидетельствуют такие программы, как «Недетский вопрос» радио «Орфей», «Я папа» радио «Маяк», «Каждый родитель желает знать» «Детского радио», «Родительский вопрос» радио «Комсомольская правда». Большинство подобных медиапроектов схожи по своему формату и содержанию: в студию приглашается специалист, с которым можно обсудить вопросы детского питания, здоровья, взаимодействия, досуга. Остановимся детальнее на некоторых из них. Например, программа «Я папа», ее ведущий Евгений Карпов акцентирует внимание аудитории на значимых вопросах: как говорить с ребенком о чрезвычайной ситуации, гигиена полости рта у детей, кто он современный папа, как вырастет ребенок, каким должно быть семейное чтение и мн.др. На радио «Дача» выходит программа «Семья и школа», в ее создании принимают участие специалисты Института изучения детства, семьи и воспитания. В ней поднимаются актуальные вопросы родительства, акцент делается на семейных ценностях, традициях и взаимоотношениях детей и старшего поколения. Можно выделить некоторые выпуски проекта: «Полезные привычки. Как привить и научить?», «Воспитание мальчиков. Чему уделять особое внимание?», «Детские фобии и страхи. Как помочь ребенку справиться?», «Родной язык. Как привить желание читать?», «Трудовое воспитание. Ранняя профориентация» и мн.др. Подчеркнем, что подобные медиапроекты транслируют ценности воспитания и социализации, заботы и ухода, внутрисемейного досуга и коммуникации.

Отметим, что радиовещание существенным образом расширяет свои функциональные возможности и задачи, в том числе, обращаясь к решению таких социальных проблем, которые ранее относились к вопросам периодики и телевидения, в том числе, и к проблеме семейного устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Ценности приемного родительства тиражируются передачами, которые закрепились в сетке вещания ряда радиостанций, таким образом закрываются жанрово-тематические ниши, удовлетворяющие потребности отдельных аудиторных групп – потенциальных и действующих приемных родителей. Примечательно, что формат не только коммерческих радиостанций позволяет тематически расширить медиаконтент, ряд государственных радиостанций также обратили свое внимание на потенциальную аудиторию, внося в сетку вещания новые продукты.

Например, в 2004 году стартовал социальный проект – радиожурнал «Детский вопрос», подготовленный «Радио России». Деятельность редакции программы ориентирована «на популяризацию идеи приемного родительства, формирование позитивного образа замещающей семьи, возрождение семейных традиций, привлечение внимания общественности, органов исполнительной власти, законодателей, представителей бизнеса к проблемам детей, сиротства; призвана содействовать увеличению количества семей, желающих принять на воспитание детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, оказывать консультативную поддержку семьям, уже воспитывающим приемных детей»³¹⁷.

Журналисты предлагают аудитории аудиальный портрет ребенка, ищущего семью. За девятнадцать лет нахождения в эфире радиожурнал «Детский вопрос» способствовал семейному устройству более 4300 детей. Рубрики «Детского вопроса» предлагают разноплановую информацию: «Новости для взрослых» (о законодательных актах, об опыте семейного устройства детей в регионах и т.д.), «Сказки Маленького принца» (творчество детей из детских домов, их сказки, рассказы, стихи), «Кто в теремочке живет»

³¹⁷ О нашем проекте: Детский вопрос – социальный проект [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://deti.radiorus.ru/about/12>. Дата обращения: 16.02.2022.

(рассказ о детских учреждениях, где содержатся дети-сироты, и их воспитанниках), «История с продолжением» (история семей, принявших детей на воспитание) и «Где же ты, мама?» (информация о детях, которые ищут приемную семью), «Прямая линия» (в прямом эфире на вопросы радиослушателей отвечают эксперты в сфере приемного родительства). Есть отдельные рубрики на местных региональных каналах: «Найди меня» или «Мама, ау?», это 3-5 минутные включения из местных домов ребенка или детских домов. В рамках «Детского вопроса» действует актуальная рубрика «Школа приемных родителей»³¹⁸.

На сегодняшний день архив выпусков программы собран на сайте deti.radiorus.ru, это целая информационно-поисковая система, где представлен «Лист ожидания» – сведения о детях и фотографии детей, про которых редакция еще не подготовила программы, «Где же ты, мама?» – истории, уже прозвучавшие в эфире. Активно функционируют группы радиожурнала в социальных сетях: «Усыновление. Социальный проект «Радио России»» (<https://vk.com/club21532188>), «Социальный проект «Детский вопрос»» (<https://ok.ru/detskyvopros>).

«Радио России» в рамках проекта «Детский вопрос» на протяжении нескольких лет реализует социальную акцию «Поезд надежды», организуя встречи потенциальных усыновителей с воспитанниками детских домов Российской Федерации. «Поезд надежды» доставляет потенциальных приемных родителей в города, где ждут сироты, и наоборот, есть детские рейсы, которые привозят воспитанников детских домов в регионы, где может исполниться их самая заветная мечта.

Еще одна радиопрограмма известна своим вкладом в решение проблемы социального сиротства, это радиопроjekt «Адреса милосердия» АНО «Студио-Диалог», рассказывающий в эфире центральных российских радиостанций о

³¹⁸ Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О. Роль современных радиопрограмм в семейном устройстве детей-сирот // Позывные Нижнего: сборник материалов симпозиума кафедры журналистики: к 100-летию со дня появления русского слова в радиоэфире. Нижний Новгород: ННГУ, 2019. С. 50-56.

благотворительных фондах и других организациях, которые безвозмездно помогают попавшим в беду людям. Тема детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, активно поддерживается в повестке дня радиостанций, участвующих в обозначенном проекте, это «Маяк» и «Радио России». В рамках данной радиопередачи активно освещается всероссийская информационно-просветительская кампания «Наши дети», выпущены шесть циклов теле- и аудиороликов социальной рекламы, а также издаются книги в помощь приемным родителям: «Найди меня, мама! Материалы в помощь журналисту», «Мы ждем ребенка. Пособие для патронатного воспитателя», «Этические принципы освещения проблем детей».

Программа «Дело дня» радиостанции «Вера» призывает радиослушателей делать добрые дела; тема помощи детям, оставшимся без попечения родителей, поднимается здесь журналистами регулярно. Это может быть призыв об адресной помощи или рассказ об организации, миссией которой является поддержка детей-сирот. Можно отметить, что в рамках радиопрограммы освещаются известные благотворительные инициативы в адрес детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, такие как «Спорт для детей-сирот», «Наставники», «Дети в больнице», «Дети. pro» и др.

Ценности семьи также представлены в дискурсе современного радиовещания, выделим такие программы, как семейное ток-шоу «Все свои» от «Радио Москвы», «Семейные истории» и «Семейные советы» от радиостанции «Вера», «Семейная гостиная» радио «Радонеж» и др.

Фамилистический дискурс аудиальных медиапроектов представлен и форматом подкастов, захвативших медийную среду. Сайты радиостанций на сегодняшний день представляют подкасты, ориентированные на самых разных членов семьи, они посвящены отдельным проблемам субъектов данного социального института. Онлайн-форма радиовещания позволяет расширить ареал распространения медиапродукта, а значит, увеличивает и его аудиторию. Рассмотрим освещение семейной темы радиостанцией «Маяк» (<http://radiomayak.ru/>). Интернет-версия предлагает подкасты «The детки», в этой

программе психологи, педагоги и врачи-педиатры помогают родителям ответить на главные вопросы и расставить приоритеты; «Жизнь замечательных идей», здесь представлены новые идеи для развития и обучения детей; «Родительский час» – рубрика, созданная в помощь родителям в воспитании и развитии подрастающего поколения. Психология взаимодействия в семье, особый подход к проблемам взросления и воспитания, профориентация и многое другое – в помощь тем, кому нужны советы от профессионалов.

Но и интернет-редакции также обращаются к подкастам. На данный момент на различных платформах (таких как Yandex Music, Google Podcast, «Звук», Spotify, Castbox и др.) существует множество проектов, посвященных семье и родительству. Проекты для тех, кто только планирует или ждет ребенка: «Две полосы», «Сперва роди», «Мам Мама Маам», «Новое материнство». Для родителей-новичков: «Мамакаст», «Инструкция не прилагается», «Когда это закончится», «Никакого правильно». Для опытных родителей: «Любить нельзя воспитывать», «Вам слово», «Чипсовости», «Это надолго». Ведущие подкастов не всегда эксперты, иногда это близкие подруги, которые обсуждают материнские чувства или, как в случае с «Мамакастом» – это проект молодой мамы Анны Ковалевой, которая ищет ответы на родительские вопросы и в процессе учится вместе со своей аудиторией. Большая доля контента в приведенных подкастах посвящена ментальному здоровью семьи, честному разговору обо всех трудностях родительско-детских отношений.

Некоторые выпуски вышеназванных и других подкастов посвящены такой узкой теме, как приемное родительство. Сюда можно отнести: «Как живут приемные семьи» («Осторожно! Дети!»), «Как сказать ребенку, что он приемный?», «Зачем нужна школа приемных родителей?», «Приемная семья – как родная», «Кого можно брать в семью?» («7я.ру»), «40 000 детей нуждаются в семейном устройстве», «Школа приемных родителей», «Замещающая семья – как альтернатива детским учреждениям для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей», «Помощь сиротам в России, усыновление и опека», «Детские дома: почему их не должно быть и какие есть альтернативы», «Забрать

ребенка из семьи легко. Сложнее поддержать и сохранить семью» («Доброволец»), «С любовью к детям: Дина Магнат о школе приемных родителей» («Мама может»), «Открыт набор в онлайн Школу приемных родителей» (ИРСУ), «Начинали мы как нормальная семья: опыт приемного родительства», «От социального сиротства до колонии: как вернуть ребенка в общество, если он нарушил закон» («Мам, я дома»), «Больше не сирота» («Служение»).

Подкасты являются важной коммуникативной площадкой, в том числе, и для молодежной аудитории, присутствие здесь темы семейных ценностей может способствовать изменению мировоззренческих ориентиров у данной возрастной группы. Их исповедальность, глубина и искренность располагают к вдумчивому знакомству с темой. Важность разработки аудиовизуальных и аудиальных социальных медиапроектов на тему семейных ценностей трудно переоценить, они являются эффективным средством привлечения внимания аудитории к значимым общественным проблемам.

Фамилистический дискурс аудиальных и аудиовизуальных медиа представлен сегодня форматом радио- и телевизионных программ, аудиоподкастингом. Таблица 15 систематизирует те ценности семьи, которые представлены сегодня на радио и телевидении.

Таблица 15. Специфика изображения ценностей семьи в аудиальных и аудиовизуальных медиа

Проблемные векторы фамилистического дискурса	Аксиологические доминанты	Названия программ
проблема семейного устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей	- ценности родительства; - ценности опеки и заботы; - ценности детства; - ценности воспитания и социализации детей.	«Я хочу ребенка», «У вас будет ребенок», «Я пришел на эту землю», «Жду маму», «Дадим Дом Детям», «Я – Ваш малыш», «Хочу домой», «Я иду искать», «Право на маму», «Перекресток жизни», «Чужих нет», «Дети ждут», «Дорога домой», «Ищу маму», «Детский вопрос», «Как живут приемные семьи», «Как сказать ребенку,

		что он приемный?», «Зачем нужна школа приемных родителей?», «Приемная семья – как родная», «Кого можно брать в семью?», «Школа приемных родителей», «Помощь сиротам в России, усыновление и опека» и др.
проблема воспитания и социализации подрастающего поколения	- ценности родительства; - ценности воспитания и социализации; - ценности многодетности; - ценности экзистенциальные и витальные.	«Учимся растить любовью», «Новое родительство», «Недетский вопрос», «Я папа», «Каждый родитель желает знать», «Родительский вопрос», «Семья и школа», «The детки», «Родительский час», «Мамакаст», «Инструкция не прилагается», «Когда это закончится», «Никакого правильно», «Любить нельзя воспитывать», «Вам слово», «Чипсовости», «Это надолго» и пр.
проблема сохранения репродуктивного здоровья семьи	- ценности родительства; - ценности здорового образа жизни.	«Прямая линия жизни», «Репродуктивный квест», «Час Олимпа», «Горящая изба» и др.
проблема сохранения института семьи	- ценности семьи; - ценности внутрисемейной коммуникации; - ценности заботы и взаимоуважения.	«Семеро с ложкой», «Из чистого истока», «Семейное счастье», «И будут двое», «Служба спасения семьи», «Жди меня», «Все свои», «Семейные истории», «Семейные советы», «Семейная гостиная» и т.п.

Фамилистический дискурс аудиальных и аудиовизуальных медиа современного периода характеризуется следующими особенностями:

– **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического медиадискурса обусловлены существованием отдельных программ на радио и телевидении, освещающих ценности семьи как социального института. Основными тематическими вопросами становятся воспитание и социализация подрастающего поколения, внутрисемейная коммуникация, поддержание доверительных и гармоничных отношений, семейное устройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

– **Функционально-жанровые особенности** фамилистического дискурса аудиальных и аудиовизуальных медиа обусловлены существованием самых разных программ на радио и телевидении, они могут выходить в формате ток-шоу, тематической рубрики внутри программы, авторской программы, аудиоподкаста, при этом актуализируя и освещая проблемы института семьи и предлагая различные сценарии их решения.

– **Основными аксиологическими постулатами** телевидения и радио современного периода являются ценности семейной коммуникации, диалога, родительства, воспитания и социализации детей. В последние годы активно транслируются ценности многодетности, репродуктивного здоровья, приемного родительства.

Сохранение и репродуцирование аудиальными и аудиовизуальными медиа семейных ценностей происходит на протяжении нескольких десятилетий, фамилистический медиадискурс влияет на социальные и деятельные установки общества. В популяризацию семейных ценностей свой вклад вносят многие программы радио и телевидения, которые определяют выработку определенных принципов, норм и правил, влияющих на существование семьи и на отношения между ее членами. Сегодня ценности института семьи рассматриваются как значимый социальный паттерн, они не являются универсальными, но тем не менее, медиа стремятся отразить все те особенности ценностных постулатов и ориентиров, которые сложились в определенный исторический период в отдельно взятой стране.

§ 4.2. Роль просемейных блогов в популяризации ценностей семьи

Ежегодный отчет о состоянии цифровой отрасли России на начало 2024 года, подготовленный Datareportal, We Are Social и Meltwater сообщает, что в стране насчитывается 106 млн пользователей социальных сетей и интернета³¹⁹. Среди мотивов выхода в Сеть россияне называют следующие: поиск актуальной

³¹⁹ Digital 2024: основные выводы из ежегодного отчета Datareportal [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.byvd.me/ru/blog/2024/02/digital-2024-datareportal/>. Дата обращения: 20.04.2024.

информации, коммуникация с членами семьи и друзьями, релаксация – просмотр фильмов, видеоигр, шоу. В день пользователи уделяют смартфону почти пять часов личного времени, поэтому можно сделать вывод, что для значительного количества россиян произошло замещение основных источников информации: социальные сети и мобильный интернет заменили традиционные СМИ. Таким образом, профессиональные медиа постепенно утрачивают монополию на трансляцию новостного и развлекательного контента, существенную конкуренцию им составляет гражданская журналистика, представленная многочисленными блогами, личными дневниками, персональными сайтами и пр., что свидетельствует о становлении еще одного коммуникативного канала, который формирует современный медиадискурс.

В рамках данной главы мы обратимся к анализу блогосферы, на рубеже XX-XXI веков она становится той средой, которая влияет на состояние фамилистического дискурса, поскольку родительские дневники, форумы и блоги аккумулируют информационные сообщения, проблематикой которых являются семья и вопросы воспитания детей, они объединяют значительную аудиторию с целью обсуждения ценностей супружества, родительства и детства. Автором данного диссертационного исследования в 2023 году было проведено раздаточное анкетирование, в нем приняли участие 1000 человек в возрасте от 18 до 45 лет, фильтрующим вопросом были отсеяны те, кто не имеет детей, поэтому в выборку попали 692 человека. Целью данного опроса было выявление наиболее приоритетного источника получения информации о родительстве. Согласно обработанным анкетам, именно интернет выходит на первое место по частоте информационных запросов о питании, здоровье и воспитании подрастающего поколения (59%), вторую и третью позиции занимают специализированная периодика (журналы, газеты) (16%), специалисты (9%). Советы старшего поколения и друзей (окружения) являются значимыми для 7% и 7% соответственно. 2% выбрали категорию «другое». Респонденты, которые отдают предпочтение интернету как источнику информации, доверяют сведениям из

просемейных блогов (32%), специализированных сайтов и цифровых версий традиционных СМИ (61%), тематических форумов (7%).

Для анализа фамилистического дискурса просемейных блогов выявим их структурно-содержательные характеристики, тематические и типологические особенности; систематизируем аксиологические доминанты пользовательского контента.

4.2.1. Типологические, тематические и аксиологические особенности просемейных блогов

Популярность просемейных блогов в русскоязычном сегменте интернета подтверждается многообразием их контент-моделей, форматов и платформ. Обращение к теме воспитания детей, внутрисемейным коммуникациям обусловлено, на наш взгляд, тем, что это привычная и знакомая сфера, проблемы которой интересуют значительное количество людей. Необходимо также подчеркнуть, что распространившаяся модель ответственного родительства, о которой уже было сказано в предыдущем параграфе, также способствовала росту пользовательского контента по вопросам быта, образования, воспитания, здоровья детей. Современные блоги, тиражирующие идеи ответственного, включенного родительства, представляют собой особый дискурсивный феномен, так как отражают сформировавшиеся внутрисемейные роли и отношения, практики воспитания детей и ценностные установки членов семьи. Репрезентации ценностей материнства и отцовства, супружества и родства в просемейных блогах представляют для нас наибольший интерес в рамках данного исследования, однако, наряду с этим мы обратимся и к вопросам их типологии и содержательной модели.

Структурно-содержательные характеристики просемейных блогов существенно отличаются: для того, чтобы быть конкурентноспособным и заметным, блогер традиционно выбирает определенную тематическую нишу, которая помогает ему дистанцироваться от остальных, быть интересным и полезным. Основанием для подобного позиционирования может быть

количество детей в семье (многодетность), статус этих детей (приемные или кровные), нетрадиционный быт семьи (жизнь в экзотических условиях) и пр. Но и по другим параметрам просемейные блоги могут отличаться, здесь важно отметить, что вопрос их типологизации остается актуальной исследовательской задачей. С увеличением площадок размещения пользовательского контента и самого количества авторских проектов возникает необходимость выделения параметров их дифференциации. В качестве эмпирической базы исследования будут выступать просемейные блоги на таких медиаплощадках, как «ВКонтакте», Telegram, YouTube, «Дзен».

Основания для типологизации блогов можно разделить на две группы: технические и содержательные. Количество технических оснований для дифференциации просемейных блогов может быть бесконечным: от типов камеры, на которые сняты сюжеты, до хронометража видео и т.д. Рассматривать их все представляется нецелесообразным, поскольку большая их часть, с нашей точки зрения, оказывает незначительное влияние на восприятие аудиторией конечного материала. Поэтому содержательные критерии имеют приоритетное значение. На наш взгляд, целесообразно выделять такие параметры типологизации просемейных блогов, как тип авторства, функциональные особенности, цель создания, тематическая специализация, жанры/форматы, преобладающий тип мультимедиа. Для наглядности представим данные типологические основания в виде сводной таблицы 16.

Таблица 16. Параметры типологизации просемейных блогов

Параметр типологизации	Тип блога	Особенности блога	Пример блога
	блог с коммерческой функцией	блог на тему семьи и родительства становится источником дохода как за счет монетизации контента, так и в качестве инструмента продвижения бизнеса	alena_safesleep, «ВКонтакте», Like Nastya, YouTube

функциональные особенности	блог с информационной функцией	просемейные блоги могут выступать источником информации по вопросам воспитания ребенка, оптимизации внутрисемейных коммуникаций, организации досуга семьи	«Дневник приемной мамы», YouTube
	блог с функцией эмоциональной поддержки	блог выполняет миссию личного дневника, позволяет обозначить проблему, получить поддержку со стороны подписчиков	Family Goryachkina, YouTube
	блог с коммуникативной, диалоговой функцией	блог имитирует традиционный интернет-форум, где главной ценностью становится общение, инициатором дискуссий могут выступать как автор, так и подписчики	«Мать ненормальная», «Дзен»
	блог с функцией включенности в социум	просемейный блог ведется от лица молодой мамы, которая находится в декрете, но мечтает быть вовлеченной во внесемейную активность	«Мама на кухне», YouTube
жанр/формат	контентный блог	с первичным авторским содержанием	«Тройняшкин ПАПА», YouTube
	мониторинговый блог	ссылки на другие сайты с добавлением комментария	«Выгодные покупки», «ВКонтакте»
	цитатный блог	перифразы и цитаты из иных ресурсов	«Большая семья», LiveJournal
	тамблелог	специализация на определенном формате	«Мама Марьяна», tasty
	сблог	спам-информация для раскрутки иных ресурсов	«Блог обо всем и ни о чем», sawichev.ru
	микроблог	короткие, регламентированные по числу знаков или хронометражу сообщения	Tofa, Jot it!
	личный блог	ведется от лица автора	«8 раз мама», «Дзен», «Тройняшкин

тип авторства			ПАПА», YouTube
	коллективный блог	для наполнения блога объединяются несколько человек	alena_safesleep, «Дзен» – 2 автора
	корпоративный блог	источником информации выступает организация	Change One Life, «Дети ждут», YouTube
цель создания	информационно-справочный блог	молодой родитель делится теми сложностями и проблемами, которые у него возникли, ждет советов, поддержки, инструкций по воспитанию, кормлению, досугу ребенка	«Батя в шоке», «Дзен»
	консультативный блог	автор блога выступает как профессионал, опытный родитель, готовый поделиться своими наработками и умениями	«Ольга Васильевна Паршикова», YouTube
тип мультимедиа ³²⁰	лайфхак и обучающее видео	позволяют быстро справиться с конкретной задачей, предлагают определенный алгоритм действий	«Полина Завьялова. Лайфхаки семейной жизни», YouTube
	обзор товаров, услуг, контента	содержат информацию об опыте использования товара или услуги	«Игрушкин ТВ», YouTube
	влог как личный дневник	представлен в виде последовательности событий, рефлексии автора	«Жубревы LifeVlog», YouTube
	диалог	площадка для обсуждения актуальных тем, событий	«Мать ненормальная», «Дзен»
	пранки	розыгрыш как способ вызвать эмоциональную реакцию	MoniLinaFamily, YouTube
	гайды	некое руководство, которое позволяет разобраться в определенной проблеме	«Ольга Васильевна Паршикова», YouTube

³²⁰ Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107-113.

тематическая специализация	блоги о приемном родительстве	посвящены теме приемного родительства, специфике воспитания детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей	«Дневник приемной мамы», YouTube, «Мать ненормальная», «Дзен»
	блоги родителей, воспитывающих особенного ребенка	проблема принятия ситуации, поддержание стабильного эмоционального состояния родителей, налаживание внутрисемейного диалога	«Оксана Давлетова», «ВКонтакте», «Синдром Дауна и многомать», «Дзен»
	блоги о нетрадиционном быте семьи	необычное место жительства семьи, особенности воспитания в межнациональных и поликонфессиональных семьях	«Бобры из Бразилии», «Дзен», Jane Rog, YouTube
	другое	иная специализация блога	

Здесь важно подчеркнуть, что предлагаемые параметры типологизации просемейных блогов – это некий вектор, каркас, который способствует упорядочиванию всего многообразия ресурсов данной тематики. На наш взгляд, с развитием платформ для размещения пользовательского контента появится необходимость введения дополнительных параметров типологизации. Обратимся к анализу некоторых из представленных блогов. Например, к контентному авторскому блогу с коммерческой функцией в формате личного дневника относится «8 раз мама» на «Дзен». Весной 2024 года он сменил название на «8 раз мама + 1», контент дублируется параллельно на платформе Telegram. Автором блога является многодетная мать 9 детей из города Нягань Ханты-Мансийского автономного округа Наталья Сенчева, он создан 25 июля 2019 года. Для платформы «Дзен» число подписчиков можно считать значительным – свыше 205 тыс. человек, аудиторный охват, согласно статистике, – более 8,5 млн. Уровень вовлеченности аудитории – 10,85. Авторский контент представлен текстами и фотоиллюстрациями, видеороликами. Формат личного дневника подразумевает описание бытовых проблем многодетной семьи, особенностей воспитания и образования детей, специфики внутрисемейной

коммуникации. Семья, представленная в блоге, – многопоколенная, расширенная, многодетная. Значимыми тематическими акцентами можно считать спортивные будни детей и работу отца в тайге, где имеется приобретенный надел. Аксиологические постулаты, транслируемые данным блогом, – ценности многодетного родительства, родства, воспитания и социализации детей, здорового образа жизни, заботы и взаимоподдержки.

В русскоязычном сегменте интернета выделяются блоги, посвященные проблемам приемного родительства, например, «Дневник приемной мамы» на YouTube, «Мать ненормальная» на «Дзен», «Блог приемной мамы. Жизнь минимишкиных» во «ВКонтакте». Их объединяет то, что аудитория может получить справочную информацию о специфике процедуры оформления документов на приемного ребенка, необходимости посещения занятий школы приемных родителей, адаптации детей в замещающей семье, поиске ребенка в региональных и федеральных базах и мн.др.

Например, у канала «Дневник приемной мамы» на платформе YouTube 256 тыс. подписчиков, его авторами являются Тамара и Василий Квашенко из Тюхтета Красноярского края. В семье воспитываются шесть приемных дочерей. Основан видеоблог в 2019 году, он отражает перипетии жизни многодетной семьи, в том числе, многочисленные переезды. Сейчас семья живет в станице Ладожская Краснодарского края. Канал стал контентным консультативным блогом, семья имеет значительный опыт приемного родительства, которым готова поделиться со своими подписчиками. По формату – это синтез дневника и гайда.

Текстовую основу имеет «Блог приемной мамы. Жизнь минимишкиных» во «ВКонтакте», у него 20 тыс. подписчиков, автор в формате личного дневника пишет о буднях многодетной семьи, где воспитываются кровные и приемные дети, сейчас в семье пять детей, у одного из них синдром Дауна. Татьяна Мишкина является автором данного блога, для многих подписчиков интерес представляют педагогические методики, которыми делятся создатели ресурса. Здесь ярко выражена функция эмоциональной поддержки. Фамилистический

дискурс, формируемый данным типом блогов, представлен ценностями приемного родительства, воспитания и социализации, многодетности. Семьи, которые показаны здесь, относятся к категории полных, многодетных, расширенных, ценности семьи как социального института отражены творчески и разнопланово.

В качестве авторов просемейных блогов могут выступать и мужчины, например, Дмитрий из Шадринска на протяжении пяти лет ведет блог «Батя в шоке» на «Дзен». Канал создан в июне 2019 года. Информационно-справочный функционал имеют комментарии блога, поскольку молодой отец дочери Полины делится с читателями трудностями, с которыми он столкнулся в процессе воспитания. Комментаторы оказывают ему поддержку, дают советы, рассказывают о своих проблемах, что подчеркивает коммуникативный, диалоговый характер ресурса. Число подписчиков блога – 75 тыс. человек, аудиторный охват, согласно статистике, – 470 тыс. Уровень вовлеченности аудитории – 10,28. Данный блог наглядно иллюстрирует модель ответственного родительства, модель семьи, представленная в нем, – партнерская: и бытовые, и педагогические вопросы супруги решают совместно. Ценности, транслируемые данным блогом, – ценности супружества, родительства, взаимоуважения, совместного досуга, воспитания.

Блоги родителей, воспитывающих особенного ребенка, также представлены в интернете, отметим, что они преимущественно не имеют широкого аудиторного охвата, поскольку транслируют специализированную информацию о программах адаптации детей с инвалидностью, специфике их развития и интеграции в социум. Например, блог «Синдром Дауна и многомать» на «Дзен» имеет чуть больше 1,5 тыс. подписчиков, но уровень вовлеченности аудитории – 13,6. Автором блога является многодетная мама Анастасия из Воскресенска, ее младшему ребенку был поставлен диагноз «синдром Дауна». Это блог с функцией эмоциональной поддержки, он имеет «исповедальную» функцию. Модальность комментариев данного канала можно обозначить как полярную: некоторые публикации сопровождаются критикой, враждебными

выпадами, но большинство подписчиков пишут поддерживающие, позитивные сообщения. Подобное поведение пользователей сподвигло автора блога на обсуждение темы хейтерства в социальных сетях в адрес родителей особых детей. Семья, представленная в блоге, полная, многодетная, основные аксиологические постулаты, транслируемые им, – это ценности взаимоподдержки, здоровья семьи, социализации, внутрисемейной коммуникации.

Рассмотрим в рамках данного исследования и самих популяризаторов семейных ценностей. И.П. Шкуратова³²¹ предложила выделять девять типов блогеров.

1. Профессионал. Чаще всего автор блога выбирает узкую тематику, в которой является специалистом или любителем. В своем интернет-ресурсе он аккумулирует информацию по выбранной отрасли. Авторами просемейных блогов могут выступать многодетные родители, врачи, педагоги, психологи, например, «Любовь и семья» (YouTube) – от имени психолога, «Счастливая семья» (Telegram) – от имени Олега и Юлии Поповых, которые в браке 26 лет.

2. Аниматор (развлекатель). Такой автор блога пытается привлечь аудиторию различными развлекательными перформансами: конкурсами, пранками, ироничными тестированиями, гороскопом. Если говорить про просемейные блоги, то здесь ниша заполнена, во многих из них мы можем видеть розыгрыши над членами семьи, шуточные соревнования, конкурсы для аудитории, например MoniLinaFamily (YouTube).

3. Рекордсмен. Такой типаж блогера подразумевает стремление достичь амбициозных показателей: это может быть как охват аудитории, сумма монетизации, так и место в топе, награды за деятельность в блогосфере. Примечательно, что подобные инфлюенсеры часто используют провокационные фото и видео, кликбейтные заголовки, так как считают: в погоне за лидерством

³²¹ Шкуратова И.П. Смыслы и мотивы общения людей в социальных сетях Интернета // Категория смысла в философии, психологии, психотерапии и в общественной жизни. Материалы всероссийской психологической конференции с международным участием. М.: Кредо, 2014. С. 281-282.

все средства хороши. Например, блог Like Nastya (YouTube), «Деревенский дневник очень многодетной мамы» («Дзен»).

4. Организатор сообщества. Блогер примеряет на себя лидерскую позицию, он создает тематическую платформу, на которой встречаются единомышленники для обсуждений и дискуссий. Просемейными темами могут быть следующие: воспитание подростков, грудное вскармливание, здоровье детей, питание дошкольников, буллинг и кибербуллинг и мн.др. Например, «Предназначение быть Женщиной» (<https://forum.tobewoman.ru/>). Модерация подобной площадки требует значительных ресурсов.

5. Демонстратор. Блогер описывает события своей повседневности, это некая «летопись жизни». Наблюдается схожесть с личным дневником. Просемейные блоги данного типа авторства могут рассматривать будни нетривиальной семьи: питание, путешествия, сам образ жизни. Для верификации информации в данных блогах содержится большое число фотографий семьи и видеосюжетов. Примеры таких блогов: «Блог приемной мамы. Жизнь минимишкиных» («ВКонтакте»), «Многодетная МАМА на удаленке» («Дзен»).

6. Писатель. Это литературный блог, где автор занимается самовыражением. Тема семейных взаимоотношений может быть главенствующей в блоге. Например, «Муж, жена... свекровь и теща» («Дзен»), «Как стать счастливым?» («Дзен»). Автор первого блога – Ольга, она работает в жанре юмористического рассказа, второго – Михаил Лекс, который пишет сатирические и юмористические рассказы. Авторам очень важна реакция аудитории, обратная связь.

7. Промоутер. В рамках блогерской деятельности автор продвигает продукты своего творчества: вязание, лепку, шитье и мн.др. Сочетание просемейного контента и интернет-магазина выглядит весьма органично. Примером подобного блога можно считать «Девушка Фермер» («Дзен», Telegram). Большинство блогеров не производят самостоятельно какую-либо продукцию, а соглашаются на рекламные интеграции с брендами, например, «8 раз мама» («Дзен»). Такая реклама близка нативной, она аккуратно вписана в

контекст повседневной жизни блогера. Задача такой рекламы – создать ощущение ценной рекомендации, а не продающего предложения. Здесь важно интегрировать товар в фото и видео семьи.

8. Комментатор. Данный типаж не занимается активным продвижением своего блога, интерес для него представляют чужие продукты, поэтому любимым жанром является комментарий. И не всегда поддерживающий, чаще всего провокационный и деструктивный. Пример – «Клуб повседневности» («Дзен»).

9. Молчаливый читатель. Блогер, который зарегистрировался на одной из платформ, но создание авторского контента ему не столь интересно. Он предпочитает знакомиться с блогами других авторов. Статистика просмотров показывает его присутствие.

Фамилистический дискурс просемейных блогов представлен, прежде всего, ценностями семьи и родства. Популярные авторские каналы показывают полные расширенные семьи, где участие в воспитании детей принимают не только родители, но также бабушки и дедушки, другие родственники («8 раз мама», «Дзен», alena_safesleep, «ВКонтакте», MoniLinaFamily, YouTube, «Батя в шоке», «Дзен»). В отдельных случаях представлены истории неполных семей, например, «Разведенец с 3 прицепами», «Будни и сказки мамы троих», «Дзен», «MnogoMAMA», YouTube, тем не менее, они преимущественно подчеркивают значимость института семьи, важность участия обоих родителей в воспитании и социализации детей. Ценности родительства также являются значимыми, наибольший читательский интерес имеют те каналы, в которых показан уникальный опыт воспитания детей, прежде всего, опыт многодетных семей. Поэтому так популярны блоги MnogoMAMA», YouTube, «8 раз мама», «Дзен», alena_safesleep, «ВКонтакте». Отметим, что в последнем блоге рассказано о жизни семьи с двумя парами близнецов, что делает контент канала в некотором роде уникальным. Интерес пользователей Сети привлекают каналы, которые транслируют ценности приемного родительства, воспитания кровных и приемных детей, например, «Блог Лилианы Романовой», YouTube, «Блог

приемной мамы. Жизнь минимишких», «ВКонтакте» и др. Проанализированные блоги тиражируют ценности ответственного родительства и партнерской семьи, здесь можно сделать вывод о нейтрализации внутрисемейного гендерного разделения: проблемы быта, организации досуга, воспитания и социализации детей родители делят между собой, в зависимости от имеющихся ресурсов. Повышенный интерес к темам семьи и родительства у блогеров можно объяснить сформированным в современном обществе культом ответственного родительства, следствием которого является желание демонстрировать родительские практики, на этом подробнее остановимся в следующей части работы.

4.2.2. Шерентинг в блогах как демонстрация ценностей родительства

Существуют разные взгляды исследователей на мотивы ведения блогов, нам представляется наиболее полной классификация О.М. Елькиной³²², она связывает их с удовлетворением потребностей, которые имеются у автора интернет-страницы. Среди основных потребностей автор называет гедонистические, самореализации, аффилиативные, финансовые, релаксационные, властные, когнитивные, эмоциональные. Поэтому важно учитывать следующие мотивы ведения блога:

- стремление к расширению социального взаимодействия (сначала аудиторией блога являются родные и друзья, позднее – количество подписчиков увеличивается за счет незнакомых людей, заинтересовавшихся контентом);
- вовлеченность в технологический процесс и поддержание социальных контактов (блогер привыкает к повседневной активности и к тому, что к каждому посту даются комментарии, этот обратный эффект помогает и в психологическом, и в социализирующем аспектах);
- рекреационный и досуговый мотивы (для многих авторов блог является своеобразной отдушиной, возможностью творить и делать то, что не

³²² Елькина О.М. К вопросу о полимотивированности личности блогера как участника компьютерно-опосредованной коммуникации // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. 2013. № 6. С. 136-143.

представляется возможным в реальной жизни, это совмещение актерства, режиссуры, продюсирования);

- обмен мнениями (для блогеров является значимым продемонстрировать общественности свою точку зрения на какие-либо события, есть те, кто стремится получить советы от аудитории, чтобы решить сложившуюся проблему);

- желание быть узнаваемым (многомиллионная аудитория интернета позволяет отдельным блогерам стать публичными персонами за короткий период времени, для многих это является синонимом успешности);

- мотив эмоциональной разрядки (некоторые записи в блогах несут исповедальную функцию, это возможность психотерапевтического общения с аудиторией, выплеска эмоций, связанных с грустью, раздражением, гневом, радостью и т.д.);

- мотив саморефлексии (возможность упорядочить свое бессознательное, проанализировать поступки и чувства через тексты);

- летопись жизни (дневниковый формат блога, тревел-блог, фотоальбом – эти форматы протоколируют события, происходящие в жизни блогера);

- финансовая успешность (монетизация позволяет совместить творчество с получением денежного вознаграждения за него);

- развитие в профессиональном плане (авторы тематических блогов становятся экспертами в своей сфере, получают признание со стороны профессионального сообщества);

- овладение новыми технологиями и инструментами (блогерство заставляет осваивать новые направления деятельности: программы монтажа, веб-дизайн, фотодело, основы программирования).

Одним из мотивов ведения просемейного блога является желание демонстрации родительства, его специалисты называют термином «шерентинг» (образован от слов *to share* – делиться и *parenting* – родительство). Шерентинг можно отнести к варианту демонстративного поведения, поскольку пользователи регулярно представляют аудитории факты о родительстве, быте

семьи с детьми, дополняя их личными фотографиями и видео³²³. Отметим, что прообразом шерентинга в блогосфере можно считать публикации женских дореволюционных журналов, где печатались фотографии детей подписчиц издания, об этом шла речь во 2 главе диссертационного исследования. В современных условиях шерентинг становится более массовым явлением, что делает его предметом научного осмысления. Так, специфике поведения родителей в блогосфере посвящены работы М.И. Березецкой, А. Богдановой³²⁴; в исследованиях А.Д. Кавеевой, Ж.В. Черновой, Дж. Андреассона и Т. Йоханссона, Л.К. Лопес, К. Мэдж и Х. О'Коннор³²⁵ рассмотрены стратегии отцовского и материнского поведения в выстраивании просемейного блога.

Шерентинг характерен для информационно-справочных, коммуникативных и консультативных просемейных блогов. Но при его изучении на первый план необходимо ставить этический аспект, так как «демонстрирование родительства» предполагает игнорирование границ между публичным и частным, для верификации информации авторы просемейных блогов выкладывают личные видео и фотографии детей, что представляет угрозу безопасности и конфиденциальности ребенка, мнение которого родителями при размещении контента далеко не всегда учитывается.

В 2015 году благотворительная организация The Parent Zone опубликовала данные проведенного исследования, согласно которым среднестатистический пользователь соцсетей, имеющий детей, за первые пять лет своего родительства

³²³ Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О. Шерентинг в блогах как феномен демонстративного поведения // Визуальные медиакоммуникации и реклама: новые технологии и методология исследований. Челябинск: ЧелГУ, 2022. С. 11-15.

³²⁴ Березецкая М.И. Особенности современного родительского поведения в условиях информационного общества // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2019. №4. С. 105-112; Богданова Д.А. Sharenting – родительская любовь или безответственность? // Народное образование. 2019. №1. С. 183-190.

³²⁵ Кавеева А.Д. Онлайн-сообщества мам в социальной сети «ВКонтакте»: структура и тематика // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2018. №6(35). С. 39-42; Чернова Ж.В. Репрезентации отцовства: социологический анализ блогов // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2018. №15. Т. 10. С. 6-23; Andreasson J., Johansson T. Global narratives of fatherhood. Fathering and masculinity on the Internet // International Review of Sociology. 2016. № 26(3). P. 482-496; Lopez L.K. The radical act of "mummy blogging": Redefining motherhood through the blogosphere // New Media & Society. 2009. № 11. P. 729-747; Madge C., O'Connor H. Parenting gone wired. Empowerment of new mothers on the internet? // Social & Cultural Geography. 2006. № 7. P. 199-220.

делится с подписчиками полутора тысячами фотографий собственного ребенка.³²⁶ Таким образом, можно говорить о конфликте интересов: с одной стороны, пользователи блогов ценят подлинность контента, личные семейные фотографии и видео служат инструментом верификации информации, с другой стороны, игнорирование родителем-блогером взглядов, желаний и мнения ребенка впоследствии может привести к серьезным психологическим проблемам в семье.

Тем не менее, просемейные блоги оставляют без внимания существующие опасности, их основой чаще всего является фигура родителя, который отличается харизмой и готов к публичности, при помощи регулярно пополняемого контента блога формируется круг подписчиков, следящих за жизнью отдельно взятой семьи. Так, семья Филимоновых (Family Vox, YouTube) за восемь лет существования канала объединила 12,9 млн подписчиков, блогер Наталья Сенчева («8 раз мама», «Дзен») за три года увеличила число просмотров до 8,5 млн, многодетная семья с родителями Сэмом и Нией из Техаса (Sam and Nia, YouTube) имеет в подписчиках 2,52 млн человек.

Но нередко ключевой фигурой просемейного блога становится сам ребенок, именно от его лица и ведется повествование. Самым известным в русскоязычном сегменте интернета ребенком-блогером можно считать Настю Радзинскую (Like Nastya, YouTube), статистика ее канала – 115 млн подписчиков. Высокие показатели имеют каналы и других детей-блогеров: брат Камиль и сестра Амина Абдуллаевы рассказывают о своей семье на канале Kikido. На YouTube у канала 12,6 млн подписчиков. Шерентинг как тип демонстративного поведения здесь несколько меняет свой вектор, так как происходит не «демонстрация родительства», а показ семейного уклада и досуга, авторами контента все также являются родители, а не дети, которые примеряют на себя только актерский функционал.

³²⁶ Rose M. The average parent shares almost 1,500 images of their child online before their 5th birthday // Parentzone [Electronic resource] Available at: <https://parentzone.org.uk/article/average-parent-shares-almost-1500-images-theirchild-online-their-5th-birthday>. Accessed: 16.10.2022.

Современные родители-блогеры демонстрируют в интернете семейное благополучие, идеальную семью, поскольку хотят получить одобрение со стороны общественности, показать, что справляются со своей воспитательской миссией. Но здесь важно осознавать, что шерентинг, с одной стороны, способствует популяризации ценностей семьи и родительства, но в то же время чрезмерная демонстративность пользовательского контента может привести к серьезным проблемам, особенно между родителями и взрослеющими детьми, которые не всегда позитивно относятся к публичности и открытости. Излишняя демонстративность блогов представляет опасность для авторов и их детей, поскольку нельзя предугадать, как интернет-пользователи распорядятся получаемой информацией, возможны угрозы детям блогеров от посторонних людей. Поэтому необходимо убирать геолокацию с сообщений, не называть домашний адрес и номера телефонов, следить за тем, чтобы информация о школе, кружках детей не стала доступной для широкой аудитории.

Блоги по своей природе публичны, они сочетают в себе личные эмоции, взгляды автора и комментарии аудитории, которые не всегда являются поддерживающими, возможна даже полемичная или деструктивная позиции читателей. Если рассматривать просемейные блоги с позиции взаимодействия «автор – аудитория» и «аудитория – аудитория», то можно наблюдать такие особенности текстов, как экспрессивность, диалогичность, дискуссионность. Подобные характеристики языка блогосферы обусловлены двумя стратегиями речевого поведения автора: избытком риторических приемов в тексте, вызывающим обратную связь, и обозначение в тексте нескольких противоречащих друг другу точек зрения, чтобы вывести аудиторию на обсуждение и полемику.

Фактором, который провоцирует экспрессию и деструктивность в комментариях, в большинстве случаев является сам посыл авторского контента, он может характеризоваться провокативностью, сознательным обращением к дискуссионным темам, категоричностью высказываний и т.п. Например, в блоге Анны Лебедевой (Telegram): *«Рожала с эпидуральной анестезией – эгоистка,*

думает только о себе, лежит, отдыхает, пока ребенок там мучается. Я восхищаюсь женщинами, которые рожали без эпидуралки. Моя мама сказала, что, испытав эти ощущения однажды, никто в здравом уме не откажется от обезболивания. Кажется, у нас с ней один и тот же болевой порог. Сделала кесарево – вообще халявица, считай и не рожала! Да, полостная операция, это вообще не в счет, потом к ребенку вставать по 30 раз – одно удовольствие. Просто шов немного расходится, а так все супер. Всем мамам, у кого было кесарево, мой отдельный глубочайший респект»³²⁷.

Но бывает и противоположная ситуация: агрессия начинается с комментария одного из пользователей блога, а дальше все пространство диалога заполняется высказываниями с негативной оценочностью. Примером этого могут быть комментарии к постам блога Ольги Савельевой «Попутчица» («Дзен»), негатива от подписчиков так много, что в последние полгода автор закрывает комментарии, когда пишет про болезнь дочери, развод. В тех случаях, когда появляется возможность диалога, подписчики начинают междоусобицу, которая проявляется в изобилии высказываний с негативной оценочностью, как в сторону автора, так и в сторону инакомыслящих: *«На фоне того контента, которым сейчас изобилуют все соцсети, ее статьи и ролики далеко не так ужасны. Во всяком случае, количество и интенсивность хейта в ее адрес явно неадекватны»* или *«Меня, извините за прямоту, мутит от поклонниц Вашего творчества, постоянно употребляющих слово "выливается" и называющих, что конкретно "выливается"»* или *«Внешность Савельевой очень даже отталкивает. Неухоженная, неопрятная, неряшливая тетка с грязными волосами и в мятой одежде»³²⁸.*

Но бывают ситуации, когда сам автор блога вступает в полемику со своими читателями, например, Наталья Сенчева «8 раз мама» («Дзен»):

³²⁷ Блог А. Лебедевой // Telegram [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://t.me/pokakali>. Дата обращения: 22.06.2023.

³²⁸ Блог О. Савельевой «Попутчица» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dzen.ru/olga_poputi. Дата обращения: 22.06.2023.

- Пользователь: *«Не пойму, почему все накинулись на этого комментатора? Может, женщина тоже хочет стать многодетной мамой, но боится последствий? Или просто хочет расширить свои знания. Да, вопрос задан некорректно, но в интернете очень мало людей могут похвастаться умением культурно вести беседу».*

- Автор блога: *«Вы в своем комментарии засрали другую многодетную мать, вообще к вопросам отношения не имеющую, а параметров не выдали».*

- Другой пользователь: *«Человек не читает блог. Вот и спросил. Ну уж если работаешь блогером, будь готов к публичности и подобным вопросам».*

Третий пользователь: *«Да, тупец у вас комментаторы. И что такого спросила эта Жанна, что вы на нее все напали?? Она озвучила правду, та которая есть, когда женщина многодетная. А у вас, как в фильме "Высокие, высокие отношения"»³²⁹.*

В подобных коммуникативных ситуациях деструктивная оценочность переходит в категорию речевой агрессии, когда языковые средства выступают как инструменты тиражирования враждебности, неприятия. На первый план выходит конфликт, в этих условиях аудитория не всегда готова соответствовать положениям речевого этикета. Целью таких высказываний является разжигание конфликта, оскорбление отдельных участников коммуникации. В некоторых ситуациях можно обозначить такой подъем уровня агрессии словосочетанием «язык вражды». Язык вражды – это использование лингвистических способов тиражирования негативного отношения к участникам коммуникации, когда они демонстрируют чуждые ценности и противоположную точку зрения на какую-либо проблему. Все вышеобозначенное свидетельствует о высокой конфликтогенности коммуникаций в блогосфере.

Блог – это площадка, где необходимы воздействующие на аудиторию средства, к таковым можно отнести словарные новообразования, они чаще всего экспрессивно окрашены, служат инструментом речевой агрессии. Например, в

³²⁹ Блог Н. Сенчевой «8 раз мама» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/8razmama7pogodok>. Дата обращения: 22.06.2023.

блоге Яны «Морена. Морана» (LiveJournal): *«А в развитых странах будет установлена либо совместная опека, и попробуйте нарушить права отца, либо вопрос о месте жительства ребенка будет решать суд. И суду плевать на то, что вы «яжеженищина» и «яжемама». «Яжемать» – это чисто советская фишка, которая кажется нашим дамам нормой».*³³⁰ Схожая ситуация, но здесь уже предметом обсуждения являются дети и мужчины. Так, пост в Babyblog гласит: *«У мамы нет времени стоять по полчаса неподвижно перед зеркалом... Нет, нет, я говорю просто о **ребенке-шилопоне**»*³³¹ или *«Подождите, женищина становится жадной сердцем – это как? Когда просит у мужа смеси для ребенка? <...> корми ребенка манкой вместо смеси. Улет. Его же ребенка. Это из серии – кормит же, **онжебатьа**»*³³².

Язык вражды характеризуется не только деструктивно-окрашенными речевыми конструкциями, но и условиями самой коммуникации, имеет место установка автора или комментаторов на демонстрацию неприятия, конфликтности, противостояния, враждебности.

В иных ситуациях авторские неологизмы способствуют ироничности текста, что также привлекает внимание аудитории: в блоге «Мать ненормальная», «Дзен» *«Короче, че **сусоли-то** рассусоливать?»* или *«Доброго **тыгыдыку** вам в хату»* или *«Саня начнет возвращаться ко мне домой, тоже **"кусочками"**»* или *«Своим **причинением добра** можно достать даже крокодила»*³³³.

Количество неологизмов может отличаться в текстах блогеров, это зависит от стиля письма, поднимаемой темы или языкового вкуса автора. Но почти в каждом просемейном блоге мы можем наблюдать синтез разговорного и публицистического начал, игнорирование ряда языковых норм,

³³⁰ Блог «Морена. Морана» // Livejournal [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://morena-morana.livejournal.com/>. Дата обращения: 22.06.2023.

³³¹ Babyblog [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.babyblog.ru>. Дата обращения: 22.06.2023.

³³² Форум Woman.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.woman.ru>. Дата обращения: 22.06.2023.

³³³ Блог Людмилы Александровны «Мать ненормальная» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/id/5ddca83ccf927e718e2e4630>. Дата обращения: 22.06.2023.

эмоциональность и полемичность, что для многих является синонимом привлекательности и интереса к интернет-ресурсу.

Подводя итоги, необходимо отметить, что в современном обществе существует некий культ ответственного, сознательного родительства, это является значимым для блогеров, мотивами деятельности которых преимущественно являются самопрезентация, самопродвижение и шерентинг, потому интернет-пользователи и обращаются к родительским блогам: одни в качестве аудитории, другие – в качестве авторов. Шерентинг как демонстрация образа идеальной семьи, ответственного родителя проявляется в том, что автор размещает фотографии и видео семьи или детей, рисуя картину гламурной жизни. Примером может служить блог Оксаны Самойловой (Telegram). Для аудитории подобные блоги несут опасность: наблюдая за красивой жизнью других семей, можно почувствовать себя никчемными родителями, которым не хватает эмоциональных, темпоральных и материальных ресурсов. В ответ блогеры могут получать критику пользователей, сталкиваться с хейтерством и языком вражды, причем в качестве объекта агрессии может выступать не только автор блога, но и члены его семьи: родители, дети.

Фамилистический дискурс просемейных блогов характеризуется следующими особенностями:

- **Структурно-содержательные характеристики** фамилистического медиадискурса определяются существованием разноплановых политематических блогов, освещающих ценности семьи. Основные тематические аспекты: воспитание, уход за детьми, педагогические методики, совместная досуговая деятельность семьи, вопросы приемного родительства, социализация детей с особыми нуждами и т.д.

- **Функционально-жанровые особенности** фамилистического дискурса блогов обусловлены самой спецификой канала коммуникации, так можно выделить такие типы блогов, как лайфхаки, обучающие видео, дневники,

форумы, пранки, гайды, они реализуют разные прагматические задачи, но объединяют аудиторию для решения проблем института семьи.

– **Основными аксиологическими постулатами** блогов являются ценности родительства, воспитания и социализации детей. Отдельные блоги ретранслируют ценности многодетности и приемного родительства.

Просемейные блоги представлены на большом количестве интернет-платформ, мотивы авторов блогов могут быть абсолютно различными: получение советов по воспитанию подрастающего поколения, общение с единомышленниками, демонстрация родительства, социализация для мам в декрете, монетизация. С течением времени ведение блога превращается из хобби в постоянную трудовую деятельность, которая оплачивается. Можно говорить о существенном влиянии пользовательского контента на взгляды, позиции, мнения современных людей, поэтому так важен анализ фамилистического дискурса современных блогов.

§ 4.3. Специфика и тематические особенности фамилистического рекламного дискурса

Фамилистический дискурс современной рекламы формируется разными типами сообщений, а также многообразием форматов. Образы семьи появляются в коммерческой, государственной, политической, социальной рекламе. Тем не менее, акцент в данном диссертационном исследовании будет сделан именно на социальной просемейной рекламе как наиболее эффективном канале тиражирования ценностей семьи. Социальная реклама привлекает внимание аудитории к актуальной общественной проблеме, намечает алгоритм ее возможного решения, вдохновляет на перемены и активные действия. Социальная просемейная реклама обращает внимание общественности на проблемы воспитания детей в семье, физического и психологического насилия, бездетности и малодетности, семейного устройства детей, оставшихся без попечения родителей, адаптации детей с ограниченными возможностями здоровья.

ВЦИОМ-Спутник опубликовал данные социологического опроса на тему «Отношение россиян к социальной рекламе»,³³⁴ от осени 2021 года, респонденты в качестве наиболее значимых каналов социальной рекламы считают наружную рекламу (37 %), рекламу на телевидении (37 %) и в интернете (26 %). Отдельно отметим вопрос исследования, посвященный общественным ожиданиям от социальной рекламы: «Как Вы считаете, на что сегодня прежде всего должна быть направлена социальная реклама в нашей стране?». Позитивной тенденцией можно считать то, что семейные ценности (3 %) выделились в отдельную категорию, наряду с этим респонденты отметили важность популяризации материнства и детства (4 %), вопросов воспитания детей и молодежи (5 %), заботы о пожилых (8 %), что также имеет отношение к категории семьи.

В рамках данного параграфа нами будет осуществлен формально-статистический анализ современного рекламного фамилистического дискурса, в ходе которого будут выявлены основные ценностные постулаты, связанные с институтами семьи и родительства, повторяющиеся в рекламных сообщениях. Также особое внимание необходимо уделить качественному анализу «векторности» дискурса, то есть обозначению проблем, на решение которых направлены рекламные сообщения. В выборку попали современные рекламные баннеры интернета и телевизионные видеоролики (n=123), транслирующие ценности семьи, они размещены в разделе Приложения 3.82-3.204 данной работы. Хронологические рамки изучения рекламного дискурса просемейной тематики современного периода ограничены 1991-2022 годами.

Анализируя современные баннеры и видеоролики семейной тематики, обозначим основные социальные проблемы и идеи, к которым они привлекали внимание, их перечень отражен на рисунке 10.

Рассмотрим каждый из обозначенных акцентов детальнее. *Ценность семьи как социального института.* Рекламные сообщения, относящиеся к

³³⁴ Отчет по результатам социологического исследования «Отношение населения к социальной рекламе» ВЦИОМ-Спутник [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.esarussia.ru/upload/medialibrary/1e9/ВЦИОМ_Отношение_населения_к_социальной_рекламе_декабрь_2021.pdf. Дата обращения: 02.08.2023.

данной тематике, демонстрируют ценности семьи как исторически сложившейся значимой социальной ячейки, они постулируют традиционные ориентиры и взгляды. Нельзя сказать, что данная группа представлена значительным количеством рекламных образцов, тем не менее, отметим некоторые из них, это баннеры «Семья важнее карьеры. Жизнь продолжается. Берегите друг друга!» [3.83]³³⁵, «Семья бесценна, когда полноценна!» [3.86], «Любящая семья – счастливые дети – лучшее будущее России! Любите и берегите детей, они ваше счастливое будущее!» [3.84], «Семья – это здорово! Сохраняй традиционные семейные ценности!» [3.85] и др. Данная тема поднимается и в видеороликах, например, в рекламном сюжете «Семья – то, что делает тебя счастливым» [3.90], его лейтмотивом является мысль: *«В жизни каждого из нас есть то, что нам дорого, а есть то, что бесценно»* [3.90].

Рис. 10. Тематические акценты современных баннеров и видеороликов семейной тематики



Отметим, что сообщения данной группы тиражируют ценности многопоколенной семьи, которая наполняет человека гармонией и счастьем, ценности родства, диалога отцов и детей, заботы и любви. Это транслируют такие социальные ролики, как «Позвони родителям» [3.92], «Добавь бабушку в друзья» [3.93], «Дедушки, будьте с нами!» [3.95]. Ценности родства и связи поколений воплощены в следующих строчках: *«Какое счастье, когда у детей есть бабушки, которые хотят: Долюбить. Добаюкать. Допеть»* [3.94].

³³⁵ Здесь и далее – номер рекламного сообщения в Приложении 3.82-3.204.

Таким образом, вектором рекламы данного типа является решение кризиса института семьи через трансляцию значимых аксиологических постулатов: диалога отцов и детей, ценностей полной, многопоколенной семьи, родства и взаимопонимания.³³⁶

Семейно-бытовое и домашнее насилие. Данная проблема в медиадискурсе долгое время была стигматизированной, о ней распространялись весьма редко, но современная просемейная реклама относит ее к категории значимых. Домашнее насилие не зависит от гендерных и возрастных особенностей, оно может коснуться любого, например, статистика показывает, что *«ежегодно в России более 2 миллионов детей в возрасте до 14 лет подвергаются насилию со стороны своих родителей»* [3.99] или *«в России более 60 % женщин, подвергающихся домашнему насилию, считают, что заслуживают такое отношение к себе, <...> ежедневно 600000 россиянок терпят побои мужей», <...> 12000 женщин гибнут ежегодно: одна женщина каждые 40 минут»* [3.109].

Тема семейно-бытового и домашнего насилия представлена баннерами «Хештег» [3.96], «Воспитание детей без обид и унижений» [3.97], «У мамы новое кольцо» [3.98], «Молчи, не услышат» [3.100] и т.п., а также видеороликами «Каждый ребенок может много достичь» [3.103], «Первый шлепок – исключение из правил» [3.104], «Дворник» [3.105], «Ваза» [3.106], «Угол» [3.107], «За то, что...» [3.108].

Авторы социальной рекламы последовательно доносят идею, что деструктивное поведение членов семьи способствует разрушению ценностей родительства и супружества, примером может служить слоган: *«Где есть насилие – нет семьи»* [3.101].

Модель ответственного родительства представлена в некоторых рекламных роликах и баннерах, например, Фонд поддержки детей, находящихся

³³⁶ Отдельные положения данного раздела отражены в статье автора – Автаева Н.О. Семейные ценности в рекламном дискурсе телевидения и интернета // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2022. № 4. С. 64-72.

в трудной жизненной ситуации, говорит о значимости именно такого поведения взрослых: *«Откажись от насилия ради светлого будущего. Стань ответственным родителем»* [3.104]. Ценности социализации и воспитания подрастающего поколения здесь являются центральными, однако процесс взаимодействия взрослого и ребенка может быть разным: убеждающим или наказывающим, например, видеоролик «Угол» представлен анимационным видеорядом и рифмованным текстом в стилистике Г. Остера: *«Если в школе ваш ребенок плохо выполнил задание, не спешите ставить в угол чадо в целях воспитания. <...> Ваш ребенок будет грубым, скрытым нервным и колючим. Лучше мыслить позитивней, и забыть про наказания, есть гораздо эффективней варианты воспитания!»* [3.107]. Здесь авторы ролика призывают родителей выбрать нужный угол зрения на педагогический процесс, вместо наказания демонстрировать на собственном позитивном примере должное поведение.

Данный тип рекламных сообщений подчеркивает значимость витальных ценностей; ценностей родительства и детства, ценностей внутрисемейного диалога и коммуникации, взаимоуважения и взаимопонимания.

Физическое и психологическое здоровье семьи. Тематический вектор баннеров и видеороликов обозначенного направления продолжает раскрывать проблему нарушения внутрисемейной коммуникации, диалога в семье, что приводит к ухудшению психологического климата, нездоровью. Здесь нет изображения насилия, акцент делается на вовлеченности родителей в продвижение по карьерной лестнице в ущерб времени, проведенному с семьей. Об этом говорится в баннерах и роликах *«Ваш ребенок – чистый лист. Кто рядом, тот и заполняет»* [3.125], *«Скажи, о чем молчишь»* [3.131], *«Родители всегда должны быть рядом!»* [3.126], *«Вы можете не замечать, что ваш ребенок попал в беду»* [3.127], *«Воспитание – всегда диалог»* [3.132], *«Весь в няню? Проводите больше времени с вашими детьми!»* [3.128] и др.

Традиции советского плаката продолжают в рекламе здорового образа жизни, только здесь фокусируется внимание преимущественно на отказе от

вредных привычек и правильном питании: «Питайтесь правильно всей семьей!» [3.111], «Трезвые родители – здоровые дети!» [3.115], «Здоровые дети – счастливая семья!» [3.112], «Культура питания – основа хорошего воспитания!» [3.114], «Фрукты, овощи полезны, защищают от болезней» [3.113], «Будьте примером для детей, живите трезво!» [3.116], «Трезвый отец – счастливые дети» [3.119] и т.д.

Аксиологические постулаты, тиражируемые данными рекламными сообщениями: это, прежде всего, витальные ценности, ценности здорового образа жизни, ценности внутрисемейной коммуникации, диалога и взаимопонимания, домашнего досуга.

Родина – мать, защита Отчизны и родного очага. В современный период данная тема также представлена в фамилистическом медиадискурсе. Во-первых, можно встретить отдельные работы, посвященные теме исторической памяти, или плакаты, поздравляющие с Днем пограничника и т.п. Образ семьи здесь не является ведущим. Во-вторых, с началом СВО (специальной военной операции) появились многочисленные баннеры, призывающие молодых людей и мужчин к службе по контракту, тема семьи может быть представлена либо слоганом, либо визуальным рядом, либо текстовой составляющей. Например, слоган «Мир, который мы защищаем» [3.203] сопровождается иллюстрацией мирного безоблачного неба над головой женщины, прижимающей к себе ребенка. В данном рекламном баннере на первом плане изображен мужчина в камуфляже, семья расположена за его плечами, этим подчеркивается статус защитника. Изображение семьи присутствует и в рекламе «Военная служба по контракту – стабильность, уверенность, надежность» [3.204], «За будущее России!» [3.202], «У меня все хорошо!» [3.200], «Служба по контракту – за светлое будущее» [3.199]. Отметим, что в анализируемых рекламных образцах изображена полная семья с одним ребенком или двумя детьми, только на плакате «У меня все хорошо» сам контрактник является повзрослевшим ребенком, он становится теперь защитником своих родителей.

В «Памятке поступающему на военную службу» [3.201] информация о семье подается только в текстовом виде: это гарантия бюджетных мест в вузах для детей военнослужащих, преимущества детям при зачислении в организации среднего профессионального образования, места в детских садах для дошкольников и выплаты семье в случае гибели контрактника.

Данная реклама на первый план помещает ценности родства, детства, витальные ценности, ценности памяти и связи поколений.

Репродуктивное здоровье семьи. Сохранение репродуктивного потенциала населения можно считать одним из самых важных направлений семейной политики страны, после «демографической ямы» 1990-х годов эта тема актуализируется в рекламном дискурсе. Одним из значимых тематических блоков становится проблема прерывания беременности. В отличие от советского периода в современной социальной рекламе видоизменяется аудиторный адрес, например, некоторые сообщения направлены на мужчин: «Мужчины, берегите своих женщин и не убивайте своих детей!» [3.136]. «У нас будет ребенок! Мужчины против абортов» [3.134] и т.д. Женщине также адресованы рекламные слоганы, они отличаются наибольшей экспрессией: «Мама, не убивай меня! Аборт – это убийство» [3.141], «Мама, я живой!» [3.137], «Сохрани дитя! Последствия аборта непоправимы!» [3.138]. Отдельно выделим работы художника Б. Заболоцкого, его плакаты очень часто посвящены обозначенной проблеме: «Кладбище нерожденных детей» [3.142], «Ангел плачет» [3.143], «Решай сама» [3.144], «Вы хотите, чтобы жизнь вашего ребенка прервалась... здесь?» [3.145], «Мама убила лялю» [3.149], «Абортами детей не убиваем и женщин не калечим!» [3.151].

В видеороликах социальной направленности тема искусственного прерывания беременности также появляется часто: «Защити меня сегодня, я смогу защитить тебя завтра» [3.147], «Я буду удивлять тебя, если появлюсь на свет» [3.146], «Я буду помогать тебе, если появлюсь на свет» [3.148], «Они все равно вас любят» [3.152], «Посмотрите на свои руки» [3.153].

Еще одно важное направление – это превенция заболеваний, передающихся половым путем, данная проблема в современный период становится центральной в рамках обозначенного блока: «Верность – лучшая защита любимого! Только крепкая семья и верность любимому человеку способны уберечь от СПИДа и венерических заболеваний» [3.158], «Безопасный секс – пожениться и быть верным» [3.155], «Случайные связи – угроза твоему материнству» [3.154], «Проверь резину и будь уверен!» [3.156].

Профилактике онкологических заболеваний репродуктивной системы посвящены некоторые рекламные видеоролики и баннеры, но здесь необходимо отметить, что их не так много в современных медиа. Отметим рекламные сообщения «Ты у себя одна!» [3.159], «Покупая эти товары, вы помогаете нам спасти жизни» [3.160], «Я прошла» [3.161].

Ценности родительства, доверия и взаимоуважения, здорового образа жизни тиражируют проанализированные рекламные продукты.

Семейное устройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Тема социального сиротства традиционно актуализировалась в период войн, репрессий и политических преобразований, но в условиях современности она продолжает оставаться злободневной и острой, являясь следствием социального кризиса. Баннеры «Детей не бросать!» [3.162], «Родители, где вы?» [3.167], «У детей должны быть родители!» [3.171], «Автор этого рисунка живет в детском доме» [3.172], «Ау!..» [3.173], «Думаете о приемном ребенке, но не знаете, с чего начать? Звоните, мы поддержим!» [3.174] освещают данную тему. Очень часто иллюстрацию сопровождает статистическая информация: «8 тысяч детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в Архангельской области» [3.168] или «Уже 17 тысяч детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, воспитываются в семьях» [3.174].

Видеоролики, посвященные превенции социального сиротства и популяризации приемного родительства, транслируются в телевизионном эфире и в интернете регулярно, например, «Мама, не плачь» [3.175], «Супергерои»

[3.176], «Аисты» [3.177], «Объявление» [3.178]. Главный посыл таких видеосюжетов – *«Счастье рядом и доступно каждому желающему. Просто заберите его домой»* [3.177].

Фамилистический дискурс здесь формируется через ценности родительства, детства, опеки и заботы.

Родительство и детство. Если в советском плакате данное тематическое направление было представлено преимущественно образами вождя народа и счастливой советской семьи, то в современном рекламном дискурсе на первый план выступают проблемы сохранения полной семьи, популяризации многодетности.

Кризис депопуляции способствовал возвращению в рекламу образа многодетной семьи, об этом свидетельствуют рекламные баннеры «Большая семья – большая радость!» [3.186], «Детей много не бывает» [3.187], «За многодетную семью!» [3.189], «Большая семья – большое счастье» [3.191], «Семья бесценна, когда полноценна! Оптимальной средой для воспитания и социализации ребенка является семья, в которой воспитываются трое и более детей» [3.192], «Счастливая семья – многодетная семья» [3.194], «Больше детей – больше счастья!» [3.195]. Данная тема характерна и для видеороликов, выделим сюжеты «Сказки» [3.196], «Приснилось» [3.197] «Матрешки» [3.198], в последнем – ценности многодетной семьи представлены очень наглядно: *«Если есть папа, то должна быть и мама. Если есть папа и мама, то должны быть сынок и дочка, а потом еще сынок и дочка. Чем больше, тем лучше»* [3.198].

Крайне важным является и демонстрация образа полной семьи, поэтому так много баннеров адресованы мужчинам, они призывают к ответственному отцовству: «У меня есть папа! Все равно, какой он, лучший в мире папа, потому что мой он!» [3.179], «Крошка сын к отцу пришел и сказала кроха: "Вместе с папой хорошо!"» [3.182], «Папа, не уходи!» [3.183] и т.п.

Ценности сплоченности и дружбы, внутрисемейной коммуникации, родительства и детства, ответственности и уважения транслируются рекламными сообщениями этого типа.

За пределами хронологических рамок исследования осталась стартовавшая в июле-августе 2023 года в 41 регионе России рекламная кампания, инициированная национальным проектом «Демография» [Приложение 4]. Рекламная кампания была разработана некоммерческим объединением «Национальные приоритеты». Министерство труда РФ заявило о том, что главной целью данного мероприятия стало продвижение ценностей, прежде всего, многодетной семьи и информирование общественности о возможных мерах поддержки со стороны государства.

Отметим, что логичный на первый взгляд посыл – информирование населения о мерах поддержки семей с детьми – вызвал в обществе весьма неоднозначную реакцию. Фотографии рекламных щитов, где представлено изображение младенца и рекламный слоган: «Тем, кто с зайкой, – помощь с лужайкой: семейная ипотека, материнский капитал, места в яслях, выплаты на детей», были размещены в интернете и собрали множество негативных комментариев. Неудачно выбранный слоган, который отсылает к известной поговорке «Дал Бог зайку, даст и лужайку», способствовал тому, что аудитория посчитала, что государство отказывается от социальных обязательств по поддержке семей с детьми, возлагая их на «высшие силы». Данным примером можно наглядно показать, насколько важно, чтобы социальная реклама, направленная на популяризацию семейных ценностей, внимательно подходила и к иллюстративному ряду, и к текстовой составляющей, поскольку от этого зависят процессы восприятия рекламного сообщения аудиторией.

Фамилистический дискурс современной рекламы незначительно отличается проблемным вектором от советского периода, основные аксиологические доминанты и содержательные характеристики представлены в таблице 17.

Таблица 17. Специфика изображения ценностей семьи в современном рекламном дискурсе

Проблемные векторы		Названия плакатов

фамилистического дискурса	Аксиологические доминанты	
проблема вредных привычек, нездорового питания, психологического дискомфорта внутри семьи из-за отсутствия диалога	- витальные ценности; - ценности здорового образа жизни; - ценности внутрисемейной коммуникации; - ценности диалога и взаимопонимания; - ценности домашнего досуга.	«Ваш ребенок – чистый лист. Кто рядом, тот и заполняет», «Скажи, о чем молчишь», «Родители всегда должны быть рядом!», «Вы можете не замечать, что ваш ребенок попал в беду», «Воспитание – всегда диалог», «Весь в няню? Проводите больше времени с вашими детьми!», «Питайтесь правильно всей семьей!», «Трезвые родители – здоровые дети!», «Здоровые дети – счастливая семья!», «Культура питания – основа хорошего воспитания!», «Будьте примером для детей, живите трезво!», «Трезвый отец – счастливые дети».
проблема семейного устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей	- ценности родительства; - ценности детства; - ценности опеки и заботы.	«Детей не бросать!», «Родители, где вы?», «У детей должны быть родители!», «Автор этого рисунка живет в детском доме», «Ау!...», «Думаете о приемном ребенке, но не знаете, с чего начать? Звоните, мы поддержим!», «Мама, не плачь», «Супергерои», «Аисты», «Объявление».
проблема неполных семей и депопуляции населения, низкой рождаемости	- ценности родительства; - ценности многодетности; - ценности сплоченности и дружбы; - ценности внутрисемейной коммуникации; - ценности детства; - ценности ответственности и уважения.	«Большая семья – большая радость!», «Детей много не бывает», «За многодетную семью!», «Большая семья – большое счастье», «Счастливая семья – многодетная семья», «Больше детей – больше счастья!», «Сказки», «Приснилось», «Матрешки», «У меня есть папа! Все равно, какой он, лучший в мире папа, потому что мой он!», «Крошка сын к отцу пришел и сказала кроха: "Вместе с папой хорошо!"», «Папа, не уходи!».
проблема сохранения репродуктивного здоровья семьи	- ценности родительства; - ценности доверия и взаимоуважения;	«Мужчины, берегите своих женщин и не убивайте своих детей!», «Мама, не убивай меня! Аборт – это убийство», «Мама, я живой!», «Кладбище нерожденных детей», «Ангел плачет», «Решай сама», «Мама

	- ценности здорового образа жизни.	убила лялю», «Абортами детей не убиваем и женщин не калечим!», «Защити меня сегодня, я смогу защитить тебя завтра», «Я буду помогать тебе, если появлюсь на свет», «Посмотрите на свои руки», «Безопасный секс – пожениться и быть верным», «Случайные связи – угроза твоему материнству», «Проверь резину и будь уверен!», «Верность – лучшая защита любимого!».
проблема семейно-бытового и домашнего насилия	- витальные ценности; - ценности родительства и детства; - ценности внутрисемейного диалога и коммуникации; - ценности взаимоуважения и взаимопонимания.	«Хештег», «Воспитание детей без обид и унижений», «У мамы новое кольцо», «Молчи, не услышат», «Каждый ребенок может много достичь», «Первый шлепок – исключение из правил», «Дворник», «Ваза», «Угол», «За то, что...».
проблема защиты Родины-матери и родной семьи	- витальные ценности; - ценности родства; - ценности детства; - ценность памяти; - ценности связи поколений.	«Военная служба по контракту – стабильность, уверенность, надежность», «За будущее России!», «У меня все хорошо!», «Служба по контракту – за светлое будущее».
проблема сохранения семьи как социального института	- ценности диалога; - ценности полной и многодетной семьи; - ценности родства; - ценности внутрисемейной коммуникации; - ценности взаимопонимания.	«Семья важнее карьеры. Жизнь продолжается. Берегите друг друга!», «Семья бесценна, когда полноценна!», «Любящая семья – счастливые дети – лучшее будущее России! Любите и берегите детей, они ваше счастливое будущее!», «Семья – это здорово! Сохраняй традиционные семейные ценности!», «Семья – то, что делает тебя счастливым», «Позвони родителям», «Добавь бабушку в друзья», «Дедушки, будьте с нами!».

Социальная реклама, таким образом, формирует аксиологические ориентиры социума, сохраняет традиционные ценности, провозглашает их приоритет над материальными. Ценностно-ориентирующая функция социальной рекламы становится доминирующей, она определяет влияние

рекламной информации на процесс формирования и трансформации ценностей общества. Современная социальная реклама отличается образностью, ее слоганы лаконичны и побудительны, а видеоряд заставляет проникнуться транслируемым посылом.

Фамилистический дискурс современной рекламы отличается следующей спецификой:

- По своим **структурно-содержательным характеристикам** фамилистический дискурс обусловлен аудиторной направленностью и каналами транслирования рекламы. Тематика рекламных сообщений затрагивает такие проблемы, как неполные семьи и депопуляция населения, кризис института семьи, низкая рождаемость, домашнее насилие, нарушение внутрисемейной коммуникации, социальное сиротство и др.

- **Функционально-жанровая специфика** фамилистического дискурса социальной рекламы определена преобладанием видеорекламы и рекламного плаката (наружной рекламы и интернет-баннеров), транслирующих семейные ценности. Главная задача данного канала коммуникации – популяризация семьи как значимой ценности современного общества.

- **Аксиологическими доминантами** фамилистического дискурса социальной рекламы являются витальные ценности, ценности родительства и детства, полной и многодетной семьи, родства, внутрисемейной коммуникации; взаимопонимания, опеки и заботы, здорового образа жизни, памяти и связи поколений.

Фамилистический дискурс современных рекламных сообщений отличается поливекторностью демонстрируемых проблем института семьи, несмотря на то что выделяемые тематические группы советской и современной рекламы совпадают, спектр освещаемых вопросов у рекламы рубежа XX-XXI веков значительно шире. Разнообразие рекламных площадок, видов рекламных сообщений способствуют тому, что транслируемая рекламная информация

является декодируемой, доступной для широкой аудитории, а, значит, способной формировать значимые мировоззренческие ориентиры.

ВЫВОДЫ ПО ЧЕТВЕРТОЙ ГЛАВЕ

В условиях современной медиасистемы происходит дальнейшее развитие фамилистического медиадискурса, оно находится в прямой зависимости от идеологических и социокультурных условий, прежде всего от пронаталистской политики государства. Тема традиционных семейных ценностей транслируется аудиальными и аудиовизуальными медиа, специализированная периодика дополняется новыми типами изданий, например, печатными и сетевыми журналами для родителей, в них ценности отцовства и материнства становятся приоритетными. Эффективным каналом тиражирования ценностей семьи является социальная просемейная печатная и видеореклама. С развитием гражданской журналистики, представленной блогами, дневниками, персональными сайтами и пр., появился новый коммуникативный канал, который формирует современный медиадискурс. Родительские форумы и блоги ежедневно распространяют информационные сообщения, проблематикой которых являются семья и вопросы воспитания детей, они объединяют значительную аудиторию с целью обсуждения ценностей супружества, родительства и детства.

Структурно-содержательные характеристики фамилистического медиадискурса определяются многообразием коммуникативных каналов и площадок, функционально-жанровые особенности – зависят от типа медиа, например, формат подкаста, блога предполагает тиражирование личной, персонифицированной, субъективной информации, трансляцию авторской позиции на широкую аудиторию; телевидение и сетевые СМИ – это, прежде всего, визуализация и оперативность, поэтому здесь так популярны жанры интервью и заметки. При необходимости обсуждения общественно-значимых проблем используется формат ток-шоу. Тематические доминанты в освещении проблем семьи – это значимость родительства, воспитания и социализации

детей, сохранения внутрисемейного диалога, доверия. Наиболее важными проблемами семьи, поднимаемыми медиа, становятся следующие: семейно-бытовые конфликты и домашнее насилие, рост числа неполных семей, трансформация моделей семьи и родительства, репродуктивное здоровье семьи, приемное родительство и мн.др.

Фамилистический медиадискурс современного периода отражает ценности нуклеарной семьи, которую принято называть «семьей товарищей, компаньонов», поскольку супруги вносят равный материальный, эмоциональный, темпоральный капитал в развитие семьи. Современные медиа транслируют ценности ответственного родительства, в некоторых изданиях даже происходит перекося в сторону «интенсивного» родительства.

Аксиологические постулаты, транслирующиеся современными медиа, зависят от типа издания: журналы для родителей на первый план выдвигают ценности материнства и отцовства, витальные ценности, воспитания и социализации, опеки и заботы. Телевидение и радио репрезентует ценности семейной коммуникации, диалога, многодетности, репродуктивного здоровья, приемного родительства. Социальная реклама также формирует аксиологические ориентиры социума, сохраняет традиционные ценности, провозглашает их приоритет над материальными.

В рамках проведенного нами исследования мы проследили процессы зарождения, становления и развития отечественного фамилистического медиадискурса. Трансформация фамилистического медиадискурса в разные исторические периоды, рассмотренные нами в практических главах исследования, представлена в таблице 18.

Таблица 18. Особенности фамилистического медиадискурса в разные исторические периоды

	содержательная модель медиадискурса	
исторический период	тематические акценты	аксиологические доминанты

дореволюционный период: первая половина XIX века	важность достойного продолжения семейных дворянских династий; быт патриархально-авторитарной семьи; внутрисемейный досуг – семейное чтение, выезды; тема супружеской верности.	ценности родства; многопоколенной расширенной семьи; родственных связей и родственного долга; взаимоподдержки; уважения и почитания старших.
дореволюционный период: вторая половина XIX – начало XX века	трансформация институтов брака и семьи; свободная любовь; равенство и независимость женщины; практические советы по воспитанию и социализации детей; репродуктивный выбор женщины.	индивидуальные ценности – свобода выбора, отсутствие авторитетов, независимость, ценности родительства (особенно материнства), семейного общения, социализации и воспитания.
советский период: в первое десятилетие советской власти (1917-1927)	домашний очаг и уют – мещанские пережитки; общественное воспитание детей; индифферентная модель родительства; новые женские общественные роли; трансформация семьи и быта.	ценности семьи представлены как атавизм; ценностный кризис; примитивизация морали.
советский период: в довоенные и военные годы (1928-1945)	совмещение общественной деятельности женщины и материнства; сохранение женского репродуктивного здоровья семьи; тема исторической памяти, жертвенности и долга; помощь детям и семьям фронтовиков; тема многодетности.	ценности родства; исторической памяти; связи поколений; супружества; родительства; воспитания и социализации подрастающего поколения.
советский период: после войны (1946-1991)	сочетание общественной роли женщины с материнством и супружеством; счастливая советская семья; значимость родительства; семейный досуг; многодетное родительство;	ценности родительства родства; социализации и воспитания детей; совместного досуга; заботы; взаимоуважения; исторической памяти;

	а также в феминистском самиздате – репродуктивное насилие; семейно-бытовые конфликты; угнетение женщины в семье.	связи поколений; в феминистском самиздате – индивидуальные ценности равенства и свободы.
современный период	семейно-бытовые конфликты и домашнее насилие; рост числа неполных семей; трансформация института семьи и родительства; репродуктивное здоровье семьи; приемное родительство; воспитание и образование детей; семейная политика государства; ответственное родительство.	ценности материнства и отцовства; витальные ценности; воспитания и социализации; опеки и заботы; ценность семейной коммуникации; многодетности; репродуктивного здоровья; приемного родительства.

Данная таблица наглядно демонстрирует, что фамилистический медиадискурс зависит от идеологических, социокультурных и исторических условий. Семейные ценности – это традиционные морально-нравственные постулаты, поэтому и происходит постоянный возврат к аксиологическим основам – ценностям родительства, воспитания и социализации, заботы и взаимоуважения.

ГЛАВА V. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ФАМИЛИСТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Под образовательным потенциалом фамилистического медиадискурса мы понимаем, с одной стороны, способность журналистского сообщества повышать качество публикаций семейной направленности, расширять тематический спектр сообщений, тем самым привлекая внимание к проблемам института семьи и закрепляя у аудитории значимые аксиологические постулаты, а с другой стороны, возможность формировать фамилистические компетенции у будущих специалистов сферы массовых коммуникаций как за счет анализа тиражируемых редакциями просемейных медиапродуктов, так и посредством создания авторских, студенческих проектов, транслирующих ценности семьи, материнства и детства.

Для того, чтобы фамилистический медиадискурс отличался наполненностью и разнообразием, необходимо, чтобы журналистский корпус подходил к семейной тематике взвешенно, освещая многочисленные аспекты ее предметно-тематического поля. Здесь встает вопрос о важности подготовки журналистов, работающих с семейной тематикой в СМИ. В теоретической главе данной диссертации в качестве одного из направлений аксиологии журналистики было обозначено медиаобразование, которое должно быть ориентировано на формирование и становление ценностных ориентиров будущих специалистов сферы массовых коммуникаций. Поэтому целью данной главы является представление опыта кафедры журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, которая является выпускающей для бакалавров и магистров сразу нескольких направлений подготовки, среди них «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью», по изучению образовательного потенциала фамилистического медиадискурса.

Образовательный потенциал фамилистического медиадискурса рассматривается с позиции включенности категории семейных ценностей и традиционных духовно-нравственных постулатов в курсы подготовки будущих специалистов сферы массовых коммуникаций как на уровне бакалавриата, так и магистратуры. В рамках отдельного раздела представлен опыт создания авторского курса «Семейная тематика в СМИ», который не только раскрывает особенности функционирования современной семьи, освещает проблемно-тематическое поле публикаций, посвященных данному социальному институту, но и способствует выработке инструментов продвижения семейных ценностей в медиапрактике.

Поскольку для формирования фамилистических компетенций необходимо погружение в практическую деятельность, мы подчеркиваем необходимость практико-ориентированного подхода к медиаобразованию и рассматриваем студенческие социальные медиапроекты, транслирующие ценности семьи, материнства и детства, как важное направление подготовки специалистов сферы массовых коммуникаций. Опыт социального проектирования позволяет студентам ориентироваться в медиаповестке, особое внимание уделяя социальным темам и проблемам семьи.

Профессиональные конкурсы и фестивали семейной тематики, направленные на создание и продвижение творческого медиапродукта, мы рассматриваем в качестве эффективного инструмента формирования фамилистических компетенций. На примере фестиваля социальной рекламы «Семья – дело серьезное» и профессиональных конкурсов просемейной тематики мы выявляем специфику освещения проблем и достижений современного института семьи в проектной деятельности студентов.

Таким образом, данная глава посвящена образовательному потенциалу фамилистического медиадискурса, она актуализирует вопросы подготовки профессиональных кадров для освещения социальной проблематики в медиа, к которой относится и тема семейных ценностей. Студенты высших учебных заведений, выбравшие специальности, связанные со сферой массовых

коммуникаций, должны в процессе обучения приобрести фамилистические компетенции, позволяющие ориентироваться в современных социальных процессах, понимать существующие проблемы института семьи, ретранслировать в своей деятельности традиционные семейные ценности.

§ 5.1. Семейные ценности в образовательных программах будущих специалистов сферы массовых коммуникаций

Показательно, что одна из публикаций профессора В.В. Тулупова получила название «Профессиональные ценности и профессиональная компетентность журналистов»³³⁷, в ней автор разводит обозначенные понятия, утверждая, что второе находится в непосредственной зависимости от первого. Действительно, социальные ориентиры личности, сформированные в период взросления и обучения, определяют в будущем и профессиональные ценности. Поэтому так важно в процессе подготовки специалистов сферы массовых коммуникаций уделять внимание аксиологическим постулатам, чтобы впоследствии это отразилось и на их профессиональных ориентирах. Фамилистические компетенции в рамках данной главы мы рассматриваем в качестве одного из ценностно-целевых ориентиров гуманитарного образования. Важно представить дефиницию данного понятия. **Фамилистические компетенции специалиста сферы массовых коммуникаций – это комплекс знаний, умений, навыков, аксиологических ориентиров, которые обуславливают готовность и способность решать творческие задачи, возникающие в процессе профессиональной деятельности и связанные с медиаосвещением института семьи как общечеловеческой ценности.**

Анализируя карты компетенций по направлениям подготовки студентов бакалавриата 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и 42.03.02 – «Журналистика», а также магистратуры 42.04.02 – «Журналистика» в рамках образовательного стандарта 3++, можно сделать вывод, что будущие

³³⁷ Тулупов В.В. Профессиональные ценности и профессиональная компетентность журналистов // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С.22-23.

выпускники должны овладеть знаниями и навыками, связанными в том числе и с аксиологическими категориями. Например, об этом свидетельствуют некоторые индикаторы формирования универсальных компетенций для будущих журналистов и специалистов сферы рекламы и связей с общественностью: выпускники «сознательно выбирают ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждают и решают проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера» и «проявляют в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп» (УК-5). Другой пример – индикаторы достижения обязательных профессиональных компетенций журналистов: «выпускники соотносят вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями» и «определяют ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий» (ПКО-3).

Таким образом, можно сделать вывод, что учебные планы, по которым проходят образовательную подготовку студенты обозначенных специальностей, должны включать отдельные дисциплины, способствующие формированию ценностных ориентиров, а также знаний в сфере традиционных духовно-нравственных ценностей, поэтому в рамках данного параграфа обратимся к тем образовательным курсам, которые включают в свои тематические разделы категорию традиционных ценностей, прежде всего, ценностей семьи.

5.1.1. Тема сохранения семейных ценностей в программах образовательных курсов

Специалисты сферы массовых коммуникаций в процессе своей профессиональной подготовки должны получить необходимые компетенции, в том числе, связанные с пониманием системы традиционных духовно-нравственных ценностей. В рамках данного раздела нами будут рассмотрены дисциплины учебных планов направлений подготовки бакалавриата 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и 42.03.02 – «Журналистика», а также

магистратуры 42.04.02 – «Журналистика», которые направлены на решение обозначенной задачи.

Процесс формирования фамилистических компетенций будущего специалиста сферы массовых коммуникаций подразумевает несколько уровней, каждый из которых отвечает за своеобразие и целостность итоговых компонентов. Маркером сформированности фамилистических компетенций, на наш взгляд, является возможность не только демонстрировать знания и ценностные установки, но и на практике реализовывать профессиональные роли, навыки и технологии.

Рассмотрим сначала специфику подготовки бакалавров-журналистов в Институте филологии и журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского. К обязательной части основной образовательной программы (ОПОП) по данному направлению можно отнести только две дисциплины, в рабочие планы которых входят темы, связанные с проблемой формирования и сохранения традиционных духовно-нравственных ценностей – это «Философия» и «Профессиональная этика журналиста». Тематический план курса «Философия» включает раздел, связанный с развитием аксиологии в системе философского знания, также студентам на выбор предлагаются темы рефератов по аксиологическим идеям и теориям. Семейные ценности как философско-аксиологическую категорию студенты практически не изучают, лекционный курс лишь фрагментарно касается этой темы, возможность углубить свои знания по ней могут те, кто выберет соответствующую тему реферативной работы.

Курс «Профессиональная этика журналиста» в силу своей специфики полностью построен на рассмотрении духовно-нравственных категорий: к общетеоретическим темам можно отнести: «Мораль и этика как теоретические конструкты и регуляторы профессионального поведения», «Этика как нравственный компонент профессиональной культуры журналиста». Практико-ориентированными можно считать разделы, которые изучают «Социальную ответственность журналистов как моральную категорию» или «Особенности функционирования профессиональной этики журналиста в эпоху глобализации».

Резюмируем, что обязательная часть ОПОП включает в себя дисциплины, которые связаны с приобретением компетенций, позволяющих определять ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий, ценности семьи здесь отдельно не рассматриваются.

К части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, относятся сразу несколько дисциплин, которые могут представлять для нас интерес в аспекте данного исследования: это «Социальная журналистика», «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Конфессиональная журналистика» и «Семейная тематика в СМИ». Последней дисциплине мы посвятим отдельный раздел, поскольку она является авторским курсом, ориентированным на освещение категории семейных ценностей. Рассмотрим программы остальных курсов.

Дисциплина «Актуальные проблемы современности и журналистика» изучается в 7 семестре, ее трудоемкость 3 зачетные единицы, контактная работа с обучающимися – это преимущественно лекции (32 часа), практических занятий в два раза меньше – 16 часов. В рабочей программе курса отметим модально маркированную тему «Проблема деградации нравственных основ современной цивилизации», которая напрямую связана с проблемой сохранения традиционных духовно-нравственных ценностей, в том числе и семейных. На ее изучение отводится 14 часов – из них 4 часа – лекции и семинары, остальное – самостоятельная работа студентов. Также может представлять для нас интерес тема «Демографическая ситуация в мире и в России», поскольку она наряду с другими аспектами содержит следующее наполнение: «Семейные и традиционные ценности в зеркале современных российских СМИ». Часы, выделяемые на ее изучение, совпадают с предыдущим разделом. Здесь мы видим, что в процессе обучения студенты имеют возможность в рамках лекционных и семинарских занятий углубиться в проблему сохранения ценностей семьи как социального института.

Дисциплина «Конфессиональная журналистика», читающаяся в 6 семестре и имеющая трудоемкость 2 зачетные единицы, содержит только один раздел,

который можно отнести к аксиологическим категориям, – это «Культурно-этические нормы освещения религиозной проблематики в средствах массовой информации». Его содержание не коррелирует с категорией семейных ценностей, но в то же время способствует освоению компетенций, связанных с ориентацией в системе духовно-нравственных постулатов.

Важным для будущих выпускников курсом можно считать «Социальную журналистику», он преподается в 7 семестре, его трудоемкость – 72 часа, на сегодняшний день он полностью лекционный – состоит из 16 лекций, хотя отсутствие практической составляющей является весьма дискуссионным вопросом. Отметим, что вызывает несогласие и тот факт, что значимый, на наш взгляд, и очень актуальный в современных условиях курс «Социальная журналистика» отнесен к разделу ОПОП «дисциплины по выбору», он включен в блок 4, где конкуренцию ему составляет курс «Проблемы фальсификации истории в современном информационном пространстве». Студенты традиционно позитивно отзываются о содержании дисциплины «Социальная журналистика», можно сказать, что конкуренция выдерживается, тем не менее, выскажем мнение, что изучение данного курса должно быть обязательным для всех.

Ценности семьи, родительства, детства представлены в содержании данной дисциплины, об этом свидетельствуют такие разделы, как «Проблемы детей и молодежи в освещении СМИ», «Проблемы семьи и детства в медиаповестке». Отдельно отметим значимые для фамилистического медиадискурса темы, связанные с формированием профессионального мастерства журналиста, освещающего социальную проблематику, например, «Методика создания материалов на социальные темы для различных типов СМИ», «Профессиональные навыки социального журналиста», «Основные жанры и форматы социальной журналистики», «Социальная проблематика в СМИ: основные тенденции освещения».

Но отсутствие практических занятий в данном курсе компенсируется итоговым заданием: это создание социального медиапроекта, в качестве одного

из направлений социального медиапроектирования заявлено «профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства», что способствует углублению знаний выпускников по семейной тематике. Создание медиапроектов гуманитарной проблематики, связанных с сохранением традиционных духовно-нравственных ценностей, участие в мероприятиях социальной направленности: выставках, фестивалях, акциях, например, в фестивале «Семья Нижегородская» от выставочной компании «Узорочье», добровольческом фестивале «Парк Чудес», конкурсе социальной рекламы «Выход» и мн.др., на наш взгляд, способствует профессиональному росту будущего журналиста, приобретению опыта.

Как показал анализ, учебные планы направления подготовки бакалавров 42.03.02 – «Журналистика» содержат ряд дисциплин, направленных на формирование аксиологического потенциала будущих журналистов, неоднозначным здесь можно считать включение блока курсов социальной направленности в дисциплины по выбору, что ограничивает число студентов, получающих знания по ним. Тем не менее, введение в учебные планы направления «Журналистика» обозначенных выше курсов способствует подготовке практико-ориентированных специалистов, обладающих востребованными со стороны профессионального сообщества компетенциями.

Сочетание лекционных занятий с практическими позволяет сформировать значимые направления фамилистических компетенций: ценностно-мировоззренческое, которое ответственно за индивидуальное поведение, систему личных ценностных установок и мотивов; деятельностно-прагматическое – это тот инструментарий, которым владеет специалист медиасферы, его профессиональные навыки и умения; диагностическое – выраженное в определении уровня имеющихся знаний, умений, навыков через анализ медиапроектов и профессиональной деятельности.

Следующий уровень подготовки журналистских кадров – это магистратура, учебный план направления 42.04.02 – «Журналистика», на наш взгляд, практически не включает дисциплины, связанные с формированием ценностных

ориентиров будущих выпускников. Исключением являются курсы «Профессиональная этика в системе массовых коммуникаций», «Журналистика как социокультурный феномен» и «Проблемы современности и повестки дня в СМИ».

«Профессиональная этика в системе массовых коммуникаций» – дисциплина, углубляющая знания, полученные на уровне бакалавриата, она ориентирована на анализ зарубежных и российских деонтологических кодексов, тема ценностей здесь представлена опосредованно. Поэтому детальнее остановимся на двух других курсах, которые изучаются во 2 семестре магистратуры. Тематический план дисциплины «Журналистика как социокультурный феномен» последним разделом содержит тему «Аксиология журналистики», студенты в рамках лекционных занятий узнают о специфике развития аксиологического направления в медиаисследованиях, рассматривают журналистику как ретранслятор ценностных ориентиров и абсолютную ценность. Под практическое занятие выделяется 1 час: студенты проводят анализ предложенных преподавателем публикаций, тиражирующих традиционные духовно-нравственные ценности. Семейные ценности здесь не упоминаются.

Курс «Проблемы современности и повестки дня в СМИ» более практико-ориентированный, большее количество часов отведено под семинарские занятия. Семейные ценности в рамках данной дисциплины рассматриваются при изучении двух тем – «Демографические проблемы в повестке дня современных СМИ» и «Проблемы детства в информационном поле СМИ».

Одним из видов практикума курса «Проблемы современности и повестки дня в СМИ» является мониторинг медиа; магистранты анализируют федеральные и региональные СМИ для выявления представленности семейной тематики в их медиаповестке. Цель мониторинга – составление аналитической справки. Лучшие работы уже по традиции отправляются на всероссийский конкурс «Семья и будущее России», организованный Фондом Андрея Первозванного. На конкурс принимаются не только журналистские работы, но и научные исследования, так как имеют место быть соответствующие номинациям

«Научные работы. Малые формы» и «Научные работы. Большие формы». Таким образом, можно говорить о стимулировании интереса магистрантов к изучению представленности ценностей супружества, родительства и детства в отечественных медиа.

Отдельных магистерских программ, где актуализируются проблемы социальной журналистики, ННГУ им. Н.И. Лобачевского не предлагает, поэтому специализация на социальной сфере и аксиологической проблематике в учебных планах магистратуры отсутствует. Тем не менее, даже данные дисциплины за счет представленных практикумов способствуют формированию фамилистических компетенций, поскольку не только углубляют знания о сущности, специфике семейных ценностей, но и вырабатывают навыки анализа медиапродуктов, транслирующих их.

Стоит обратить внимание, на наш взгляд, и на будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью. Учебные планы направления подготовки бакалавриата 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» также должны быть ориентированы на формирование компетенций, связанных с пониманием системы традиционных духовно-нравственных ценностей, поэтому выделим те дисциплины, которые отвечают за обозначенную задачу. Но при анализе содержания учебных планов будущих PR-специалистов мы сталкиваемся с дефицитом дисциплин, закрывающих данные компетенции. В обязательной части ОПОП мы видим «Философию» и «Правовые и этические аспекты в рекламе и связях с общественностью», в части, формируемой участниками образовательных отношений, – «Рекламу и связи с общественностью в социальной сфере».

Курс «Философии» составлен по аналогии с журналистским, то есть только один раздел посвящен аксиологической парадигме, студенты узнают о категории ценностей в рамках лекционного занятия, практикумов по философии на данном направлении подготовки не предусмотрено. По итогам дисциплины сдается зачет, рефератов также нет.

Противоположная ситуация складывается с изучением курса «Правовые и этические аспекты в рекламе и связях с общественностью», в нем 16 часов выделяются на практические занятия, интерес для нас представляют темы «Общая характеристика этических категорий», «Этические аспекты деятельности специалиста PR и рекламы», «Нравственные ограничения рекламы». Предложенные автором курса кейсы, темы дискуссионного клуба и деловые игры, на наш взгляд, являются эффективным инструментом формирования знаний о системе духовно-нравственных ценностей и ориентиров. Курс относится к 3 семестру, поэтому он логичным образом продолжает закреплять информацию, полученную в рамках лекций по философии.

В 5 семестре студентов ждет знакомство с дисциплиной «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере», для нас предмет представляет особый интерес, так как при изучении социальной рекламы будущим специалистам этого направления предлагается изучить раздел «Тема семьи в социальной рекламе». Таким образом, только обозначенная дисциплина формирует у студентов понимание категории «семейные ценности». Итогом изучения курса становится создание социального медиапроекта, некоторые студенты посвящают его семейной тематике, что закрепляет полученные ими знания.

Было бы несправедливым не отметить включенный в образовательные программы бакалавров направлений «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью» в 2023 году курс «Основы российской государственности»; поскольку в число национальных проектов вошел нацпроект «Семья», тема семейных ценностей, родительства и детства также рассматривается в рамках данной дисциплины. В разделе 2 курса есть темы «Ценностные вызовы современной политики» и «Ценности российской цивилизации», которые знакомят студентов с аксиологическими основами, а раздел 5 как раз и ориентирован на освещение стратегий развития страны, в том числе, и в сфере демографии.

В системе гуманитарного образования, таким образом, формируются фамилистические компетенции будущих специалистов сферы массовых

коммуникаций. Здесь можно говорить о синтезе структурных и функциональных компонентов фамилистических компетенций, под первыми мы понимаем мотивы, ценности, нравственные ориентиры, интеллектуальный потенциал, под вторыми – социально-практические навыки, инструменты и технологии профессиональной деятельности. Степень сформированности фамилистических компетенций в рамках общетеоретических курсов, на наш взгляд, не является высокой. Здесь важен синтез теории и практики, только в этом случае можно говорить о готовности выпускника реализовать необходимые функции в профессии.

Безусловно, вопросы подготовки профессиональных кадров для сферы массовой коммуникации требуют, прежде всего, усилий от представителей вузовского сообщества. Институт высшего образования должен быть ориентирован на то, чтобы дать предприятиям грамотных и разносторонне развитых специалистов. Но на этапе получения высшего образования развитие профессиональных компетенций заканчиваться не должно. В условиях ускорившегося развития информационно-коммуникационных технологий значимость приобретают и программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки, они способствуют, на наш взгляд, развитию и совершенствованию фамилистических компетенций профессионального журналистского сообщества, что, в свою очередь, оказывает влияние на качество фамилистического медиадискурса.

Приведем пример реализованной кафедрой журналистики ИФИЖ ННГУ программы повышения квалификации для сотрудников СМИ. В 2013 году Национальный исследовательский университет им. Н.И. Лобачевского совместно с Фондом Андрея Первозванного и Центром национальной славы России и при поддержке Министерства информационных технологий, связи и средств массовой информации Нижегородской области реализовал программу повышения квалификации для журналистов Нижегородской области, которая называлась «Формирование традиционных семейных ценностей в средствах

массовой информации». Автор данного диссертационного исследования выступал в качестве члена оргкомитета и приглашенного лектора.

Программа курсов повышения квалификации была создана совместно с представителями Министерства информационных технологий, связи и средств массовой информации Нижегородской области и учитывала наиболее значимые проблемы, с которыми могут сталкиваться журналисты федеральных и региональных медиа при освещении вопросов социальной сферы, в том числе института семьи. В качестве участников курсов повышения квалификации были приглашены руководители районных и городских СМИ Нижегородской области и журналисты, специализацией которых является социальная тематика.

В рамках курса повышения квалификации проходили практические и лекционные занятия, мастер-классы и круглые столы. Темами практико-ориентированных семинаров и лекций стали: «Семья в проблемно-тематическом поле региональных изданий», «СМИ в условиях социально-политической трансформации общества. Вызовы времени и коммуникативные практики», «Реклама традиционных семейных ценностей в СМИ», «Работа с источниками, сбор и обработка информации. Возможности и риски интернета», «Место семейной темы в редакционной политике российских изданий», «Динамика жанров современной социальной журналистики», «Семейная тема в православных СМИ» и др.

Занятия проводились не только профессорско-преподавательским составом ННГУ, были приглашены специалисты из других регионов, например, д. полит. н., профессор РГГУ Л.Ф. Адилова, д. соц. н., профессор РГГУ Л.Н. Вдовиченко. В семинаре «Семейная тема в православных СМИ» в качестве приглашенных гостей участвовали о. Василий (Спирин) – руководитель РИЦ «Глагол» и А. Иванова – шеф-редактор радио «Образ». Мастер-класс «Креативные технологии продвижения традиционных семейных ценностей в СМИ» организовал приглашенный гость – президент редакции «Известий» В.К. Мамонтов.

Заключительным мероприятием программы повышения квалификации являлся круглый стол на тему «Всероссийская программа «Святость материнства»: креативные технологии продвижения семейной тематики в СМИ», где обсуждались такие вопросы, как освещение и продвижение в медиа проблем семьи, присутствие темы семейных ценностей в медиадискурсе, роль государственных институтов в сохранении ценностей семьи, родительства, супружества, традиционные духовно-нравственные ценности как базис российского общества. Отзывы, полученные от слушателей программы повышения квалификации, позволяют сделать вывод, что подобные мероприятия крайне важны, они не только способствуют получению новых знаний, меняют ракурс освещения семейной тематики, но и выступают в качестве диалоговой площадки для представителей журналистского сообщества, стимулируют поделиться проблемами, опытом, достижениями, открыть иные горизонты в презентации данной темы.

Таким образом, поэтапное формирование фамилистических компетенций специалистов медиасферы включает в себя общетеоретические и практические дисциплины на уровне получения высшего профессионального образования, а впоследствии – в рамках программ повышения квалификации. Сначала формируются структурные компоненты фамилистических компетенций, позднее – функциональные. Для того, чтобы улучшить свои социально-практические навыки, разнообразить инструменты и технологии профессиональной деятельности в сфере освещения семейных ценностей, будущим специалистам сферы массовой коммуникации необходима медиапрактика. Приведенные примеры образовательных курсов для студентов высших учебных заведений направлений, связанных со сферой массовых коммуникаций, и для представителей профессионального медиасообщества, позволяют говорить о том, что тема сохранения семейных ценностей в них присутствует с разной степенью детализации. Большинство из рассмотренных образовательных дисциплин позволяют получить лишь начальные представления о специфике семейных ценностей, в то же время, если сделать

выбор в сторону узких профильных дисциплин, можно получить более углубленные знания и навыки. В следующем параграфе рассмотрим узкоспециализированный курс для студентов-журналистов «Семейная тематика в СМИ», который ориентирован на формирование знаний о ценностях семьи как социального института.

5.1.2. Авторский курс для студентов-журналистов «Семейная тематика в СМИ»

Запрос на включение в учебные планы дисциплин, позволяющих студентам получить дополнительные знания в сфере социальной журналистики, пришел от работодателей. По их мнению, начинающие журналисты испытывают существенные трудности с определением предметно-проблемного поля социальной сферы. Поскольку курс «Социальная журналистика» уже присутствовал в системе подготовки, было принято решение включить в учебные планы будущих журналистов ряд дисциплин более узкой направленности, среди них – «Семейную тематику в СМИ».

Анализ учебных планов других вузов показал отсутствие подобной дисциплины, поэтому автором данного диссертационного исследования был самостоятельно разработан в 2011 году курс для бакалавров «Семейная тематика в СМИ»: сначала он относился к части, формируемой участниками образовательных отношений, и читался в 7 семестре, позднее стал дисциплиной по выбору и был перенесен в 6 семестр. С 2021 года он включен в перечень дисциплин по выбору, следовательно, не является обязательным для изучения. Курс отнесен к блоку 7, его конкурентом является дисциплина медиалингвистики – «Язык блогосферы и форумной коммуникации». На сегодняшний день заинтересованность студентов в дисциплине «Семейная тематика в СМИ» остается значительной, тем не менее, полагаем, что отнесение курсов, связанных с социальной журналистикой, к числу необязательных – ошибочная стратегия.

Курс «Семейная тематика в СМИ» опирается на знания студентов, полученные в рамках дисциплин гуманитарного цикла: значимым разделом

данного курса являются темы, рассмотренные ранее в рамках дисциплины «Социология» (раздел – «Социология семьи»), также он имеет связь с некоторыми практическими дисциплинами профессионального блока, например, «Социальной журналистикой», «Основами творческой деятельности журналиста» и т.п. Но на сегодняшний день по учебному плану студенты сначала слушают «Семейную тематику в СМИ», а уже в следующем семестре – «Социальную журналистику».

Ведущей задачей дисциплины «Семейная тематика в СМИ» является информирование студентов о значимости для современного общества семьи как социального института и анализ представленности данной темы в отечественном фамилистическом медиадискурсе в разные периоды функционирования СМИ. Акцент делается на специфике каналов распространения информации просемейной тематики, на жанровой природе текстов социальной направленности, на многообразии тем и проблем в рамках фамилистического медиадискурса. Дисциплина подразумевает не только лекционные занятия, но и практикумы. Общая ее трудоемкость 72 часа, т.е. 2 зачетные единицы, из них 16 часов отводится под лекционные занятия, 16 – под практические, 40 – под самостоятельную работу студентов. Таблица 19 отражает тематическое наполнение данной дисциплины.

Табл. 19. Содержание дисциплины «Семейная тематика в СМИ»

Наименование разделов и тем дисциплины	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них		Самостоятельная работа обучающегося, часы
	Занятия лекционного типа	Занятия практического типа	
Раздел I. Семья как социальный институт. Вопросы теории			

Тема №1. Брак и семья: возникновение и развитие института семьи	1	-	2
Тема №2. Демографическая типизация семей	1	-	2
Тема №3. Современные представления о семье и системе семейных ценностей	1	2	4
Тема №4. Нормативно-правовые акты, рассматривающие положение института семьи в современном обществе	1	-	2
Раздел II. Роль СМИ в освещении темы приемного родительства и проблем детей-сирот			
Тема №5. Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	1	-	4
Тема №6. Освещение проблем детей-сирот в СМИ: практические рекомендации	2	2	6
Раздел III. Роль медиа в популяризации семейных ценностей и института семьи			
Тема №7. Роль СМИ и блогосферы в сохранении семейных ценностей и института семьи	3	4	8
Тема №8. Жанровое и тематическое разнообразие материалов на семейную тематику	3	6	6
Раздел IV. Медиа и сохранение здоровья семьи			
Тема №9. Роль медиа в сохранении репродуктивного здоровья семьи	1	2	2
Тема 10. Проблема домашнего насилия. Функции медиа в освещении темы насилия	2	4	4
Итого	16	16	40

Таким образом, основными тематическими разделами курса являются следующие:

- «Семья как социальный институт. Вопросы теории», где рассматривается история возникновения и развития института семьи, функции и стадии жизнедеятельности семьи, демографическая и семейная политика Российской Федерации.

- «Роль медиа в популяризации семейных ценностей и института семьи» – здесь студенты узнают о месте семейной тематики в повестке дня СМИ, роли

рекламы в популяризации ценностей семьи, материнства и детства, журналах для семейного чтения в контексте сохранения института семьи.

- «Роль СМИ в освещении темы приемного родительства и проблем детей-сирот», в рамках данного раздела рассматриваются вопросы теории социального сиротства (виды семейного устройства, статус детей, оставшихся без попечения родителей, система государственных учреждений для детей-сирот и т.п.), места аудиовизуальных СМИ и интернета в семейном устройстве детей-сирот, типологических характеристик медиаресурсов для приемных родителей.

- «Медиа и сохранение здоровья семьи», где анализируются реклама и специальные мероприятия, направленные на сохранение репродуктивного и психологического здоровья, определяется роль СМИ в сохранении репродуктивного здоровья россиян, рассматривается роль медиа в превенции домашнего насилия.

Роль курса «Семейная тематика в СМИ» в формировании фамилистических компетенций будущих специалистов медиасферы высока, поскольку дисциплина имеет ярко выраженную гуманитарную направленность, это проявляется в ориентации на проблемы семьи как социального института, в выявлении проблем семьи и поиске возможных алгоритмов их решения; в реализации ценностного подхода (построенного на доверии, взаимопонимании и взаимоуважении) к освещению отдельных направлений семейной тематики, которые связаны с группами риска – детьми-сиротами и детьми, оставшимися без попечения родителей, жертвами и акторами домашнего насилия, семьями, воспитывающими особых детей и т.п.

Тематическое наполнение дисциплины «Семейная тематика в СМИ» складывалось постепенно, большое значение для развития курса имел круглый стол «Социальная журналистика», который проводится ежегодно на факультете журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова в период февральской конференции под руководством Т.И. Фроловой и Е.В. Темичевой. Со временем, кроме лекций и практических занятий, стали проводиться встречи с представителями экспертного сообщества

и экскурсии. В качестве экспертов выступали М.Д. Материкова, корреспондент Нижегородского областного информационного центра, специализирующаяся на семейной тематике, Д.И. Кутанова, специалист по внешним коммуникациям Нижегородского женского кризисного центра, О.С. Краснова, председатель региональной общественной организации «Нижегородский совет женщин», Ю. Скугаревская, журналист и блогер, автор программы «Мамино время», Н. Звягинцева, ведущая программы «Образ жизни» радиостанции «Образ» и др.

Привлечение экспертов для чтения лекций и проведения мастер-классов было обусловлено тем, что в 2011-2017 годах региональный фамилистический дискурс СМИ отличался деструктивным характером: в медиаповестке превалировали материалы семейной тематики, где трагедия/катастрофа выступали основным информационным поводом. Приглашенные эксперты на примере собственных медиапроектов и опыта показывали будущим журналистам, что освещать семейную тематику можно иначе, с позиции популяризации семейных ценностей. Персонализированный взгляд на проблему воспринимается студентами с большим интересом, нежели стандартные лекции, поэтому можно говорить о высокой эффективности данного формата проведения занятий.

Со временем мастер-классы трансформировались в дискуссионный клуб, студенты знакомились с медиапродуктами семейной тематики – документальными фильмами, видеороликами, презентациями и встречались с экспертами для их обсуждения. Наибольший отклик вызвал просмотр в рамках данного курса таких документальных фильмов, как «Кто качает колыбель», «Клетка», «Тимур и другие», «Многодетные невесты», «Счастье не в деньгах», «Дать сдачи: русские женщины против домашнего насилия» и пр.

Значительно обогатило содержание курса сотрудничество с Нижегородским женским кризисным центром (НЖКЦ), оно началось с приглашения студентов на региональный семинар для журналистов «Как корректно освещать в СМИ проблемы насилия и жестокого обращения». Спикерами данного мероприятия стали Д. Сулейман, редактор онлайн-медиа

«Черта»³³⁸, А. Ермолаева, основательница НЖКЦ, М. Бурмистрова, психолог. Вопросы, которые были подняты на семинаре, впоследствии стали частью курса «Семейная тематика в СМИ: мифы, связанные с домашним насилием; домашнее насилие: цифры, последствия, помощь; инструкции по взятию интервью у пострадавших; реклама и антиреклама проблемы домашнего насилия; специфика освещения домашнего насилия в СМИ: этика, табу, риски. Отметим, что студенты принимали активное участие и в других мероприятиях НЖКЦ, например, в организации и проведении выставки «Уходи за меня!» – это медиапроект о женщинах, которые смогли выйти из ситуации домашнего насилия и поделились своими историями.

Лекции и семинары способствовали тому, что многие студенты по-новому посмотрели на семейную проблематику в СМИ, они нашли для себя определенный аспект, который решили отразить в виде авторских медиапроектов. Так в рамках «Семейной тематики в СМИ» появились творческие мастерские: будущие специалисты сферы массовой коммуникации не только готовили статьи, но и создавали мультимедийные лонгриды, записывали серии аудиоподкастов. На итоговом семинарском занятии они презентовали свои авторские медиапроекты, рассказывая о том, как собирали материалы о проблеме, что становилось источником вдохновения, с какими трудностями столкнулись, какие перспективы развития и продвижения своего проекта видят.

В 2019 году данный курс получил развитие, поскольку была лицензирована его электронная версия на портале <https://e-learning.unn.ru>. Отметим, что обучение по нему прошли более 400 студентов-бакалавров. Результатом освоения курса «Семейная тематика в СМИ» стали сформированные навыки создания текстов о проблемах и ценностях института семьи, здесь важным является то, что студенты овладели разнообразными творческими приемами и могут выражать свои мысли в разных жанровых формах.

³³⁸ Имеет статус иноагента.

Отметим, что включение данной дисциплины в учебные планы повлияло и на темы курсовых и выпускных квалификационных работ студентов кафедры журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского. После практикумов в рамках курса «Семейная тематика в СМИ» многие студенты продолжили изучение данного направления социальной журналистики, поэтому в перечне тем выпускных квалификационных работ Института филологии и журналистики ННГУ можно увидеть такие темы, как «Роль СМИ в популяризации традиционных семейных ценностей», «Отечественные журналы для родителей: жанрово-тематические особенности», «Информационные технологии как фактор сохранения репродуктивного здоровья семьи», «Роль социальной рекламы в сохранении института семьи», «Журналы для приемных родителей на современном медиарынке», «Образ матери в современных детских периодических изданиях (на примере журналов "Саша и Даша", "Играем с Барби", "Мурзилка")», «Специфика освещения проблемы насилия современными женскими сетевыми СМИ», «Жанрово-тематические особенности журнала для семейного чтения», «Роль медиатехнологий в профилактике семейно-бытовых конфликтов и домашнего насилия», «Образ "осознанного родителя" в современных медиа: жанрово-тематический и языковой аспекты», «Проблемы сохранения института семьи и репродуктивного здоровья в отечественной женской периодике», «Специфика освещения социальной тематики в современных российских СМИ (на примере программы "ДНК")», «Языковая игра в просемейной социальной рекламе: национальные особенности», «Репрезентация материнства в отечественных специализированных медиа: языковой и жанрово-тематический аспекты (на примере издания "Жду малыша")» и др.

Интерес будущих журналистов к освещению и анализу семейной тематики отмечают и потенциальные работодатели: в рамках летней производственной практики многие студенты предлагают идеи материалов, связанных с отдельными аспектами данной темы. Следствием подобной активности становятся закономерные успехи и в профессиональных творческих конкурсах, так, Мария Материкова стала лауреатом конкурса «Вызов XXI век» с серией

публикаций о приемных семьях Нижегородской области: «Я знала, что идеальных людей и детей нет», «Ты от меня можешь отказаться, а я от тебя не откажусь», «Все дети, которые у нас растут в семье, как-то сами приходят», а Светлана Левкина и Марина Свистунова победили в региональном конкурсе от «Российской газеты-Поволжье» «Вызовы современности для молодых журналистов» с материалом «Семья или карьера, достаток или статус?».

Подобные «Семейной тематике в СМИ» узкоспециализированные дисциплины, на наш взгляд, способствуют формированию фамилистических компетенций будущих специалистов сферы массовых коммуникаций, их образовательный потенциал реализуется сразу в нескольких направлениях:

- ценностно-мировоззренческое направление: формирование фамилистических компетенций специалиста медиасферы основано на становлении его собственных взглядов, мотивов и аксиологических установок;

- деятельностно-прагматическое направление: совершенствование профессиональных навыков, технологий, методик будущих специалистов сферы массовых коммуникаций, при помощи которых может осуществляться тиражирование семейных ценностей, выявление проблем института семьи и определение способов их решения;

- диагностическое направление: определение сформированности фамилистических компетенций студентов через анализ их авторских просемейных медиапроектов.

Подводя итоги, выскажем убеждение, что для повышения эффективности журналистского образования, его адаптации к нуждам работодателей и медиапрактики, важно проводить конференции, круглые, столы, семинары, где теоретики и практики сферы массовой коммуникации будут обсуждать перспективы и задачи вузов в процессе подготовки профессиональных кадров в условиях постоянно меняющихся реалий. Адаптация учебных планов, включение в них новых дисциплин – естественный процесс. Как показывает наш опыт, именно узкоспециализированные курсы могут способствовать формированию фамилистических компетенций и быть востребованными как у

студентов, так и у практиков, стимулировать будущих специалистов на авторские творческие проекты. В следующем разделе диссертационной работы остановимся именно на социальном проектировании.

§ 5.2. Студенческие медиапроекты социальной проблематики как инструмент формирования ценностных ориентиров

В современном фамилистическом медиадискурсе возросла численность медиапроектов, тиражирующих семейные ценности и направленных на преодоление кризисных явлений в семейной сфере, обращенных к решению злободневных вопросов демографической политики. Социальные медиапроекты, сохраняющие ценности семьи, стали неотъемлемой частью современной медиасистемы, их авторами являются не только профессиональные журналисты, но и студенты гуманитарных направлений, пытающиеся привлечь внимание общественности к актуальным и значимым вопросам.

В системе формирования фамилистических компетенций будущих специалистов сферы массовых коммуникаций творческие медиапроекты являются перспективным образовательным направлением, поскольку учат студентов создавать не только медиатексты, но и разные типы медиапродуктов, реализовывать авторскую, редакторскую, организаторскую виды деятельности.

Медиапроектирование – это возможность применить полученные знания на практике, наработать определенные умения, овладеть необходимым инструментарием для последующей профессиональной деятельности. Как показал в предыдущем разделе анализ учебных планов и рабочих программ направлений подготовки, связанных со сферой массовых коммуникаций, социальное проектирование является важным инструментом формирования фамилистических компетенций, поэтому задания, основанные на реализации и презентации социального медиапроекта, внесены в планы многих образовательных дисциплин, например, «Социальная журналистика», «Семейная тематика в СМИ», «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере».

В данном параграфе предметом нашего интереса станут студенческие медиапроекты, направленные на сохранение и популяризацию традиционных ценностей, прежде всего, ценностей семьи, родительства, детства. Но сначала обозначим все многообразие возможностей социального медиапроекта, обратившись к вопросу его дефиниции и типологизации.

5.2.1. Медиапроекты социальной тематики: определение и типологизация

Социальный медиапроект создается с определенной целью, чаще всего для решения актуальной проблемы, которая может исходить от общества. Если разбирать это понятие с точки зрения проектирования, то его нужно рассматривать как один из видов социального конструирования в сфере медиа. Медиапроект представляет собой творческую работу, которая характеризуется постановкой целей и задач, а также видом будущих изменений, конкретным масштабом и временными рамками. Эта работа выполняется с использованием разнообразных технологических платформ и с помощью технических средств медиа и направлена на достижение социально значимых целей, которые приведут к необходимым общественным трансформациям.

Понятия «медиапроект» и «проект» подробно исследуют И.В. Никишин и Е.В. Колесников³³⁹. Термин «проект» в переводе с латинского означает «брошенный вперед» – слово заимствовано из менеджмента, где оно означает уникальный комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение конкретной цели при определенных требованиях и сроках. «Медиапроект» – это самостоятельно разработанный и изготовленный медиапродукт от идеи до ее воплощения, обладающий субъективной или объективной новизной и уникальностью с использованием современных медиатехнологий.

Можно выделить несколько подходов к определению медиапроекта как объекта журналистской практики. Во-первых, под медиапроектом понимают

³³⁹ Никишин И.В. Медиапроект: понятие, типы, жизненный цикл // Молодой ученый. 2019. № 24 (262). С. 478-481; Колесников Е.В. Понятие «медиа»: критический анализ // Молодой ученый. 2017. № 18 (152). С. 292-296.

средство массовой информации: периодическое или сетевое издание, радиоканал, телеканал и др. Во-вторых, медиапроекты можно рассматривать как массмедиа (которые могут выполнять функции СМИ): интернет-порталы, персональные сайты (блоги), просветительские проекты, некоммерческие проекты в интернете, на которых может создаваться и реализовываться контент различной тематики. В-третьих, под медиапроектами понимают продукты средств массовой информации или массмедиа: программу на телевидении или радиостанции, отдельные публикации, авторские проекты, специальные проекты и др.

Таким образом, под медиапроектом может рассматриваться широкий круг явлений журналистской деятельности, но важно, что эта деятельность существует в рамках медиасферы и удовлетворяет потребности общества в информации. Поэтому **медиапроект – это творческий проект в системе массовой коммуникации с обозначенными заранее целями, для достижения которых необходимо разработать и реализовать ряд мероприятий и задач для того, чтобы раскрыть его уникальный характер.**

Отметим, что студенческие медиапроекты отвечают обозначенным критериям, во-первых, они могут представлять собой как самостоятельно разработанное СМИ – газету, журнал, сайт, так и авторскую программу, подкаст, лонгрид; во-вторых, они решают значимые общественные задачи на основании предварительно проведенного анализа проблемы, разработки плана и инструментов достижения результата; наконец, можно говорить о креативности и неповторимости каждого из них, поскольку они основаны на применении творческого подхода.

По мнению М.Н. Безугловой и А.А. Зубенко³⁴⁰, для успешности и эффективности работы медиапроект должен соответствовать следующим нормам:

³⁴⁰ Безуглова М.Н., Зубенко А.А. Медиапроект как бизнес цифровой эпохи // Экономика, управление, финансы: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февр. 2016 г.). Краснодар: Новация, 2016. С. 68-70.

1. Генерирование идей и постановка целей проекта. Перед созданием и обсуждением медиапроекта необходимо обозначить ключевую цель и сформулировать последовательно реализуемые задачи, которые должны отвечать основной идее проекта.

2. В период реализации проекта важно, чтобы цели и задачи выполнялись согласованно и не противоречили изначальной задумке.

3. Актуальность медиапроекта не может быть бесконечной, это важно учитывать в процессе его реализации. Либо информационную составляющую со временем необходимо менять, либо принять, что цикл жизнедеятельности уже завершен.

4. Уникальность. Медиапроекты неповторимы, поэтому так важен для медиапроекта фактор новизны.

5. Реализация проекта должна быть построена так, чтобы в процессе создания было затрачено минимальное количество финансовых, темпоральных и иных ресурсов, но при этом не терялась эффективность.

А. Клышбаев,³⁴¹ представитель Фонда развития социальных проектов корпорации Samruk-Kazyna Trust, в одном из интервью подчеркнул, что создать проект социальной значимости может каждый равнодушный к проблемам общества человек. Для этого эксперт посоветовал применять следующий алгоритм действий: провести исследование – выявить и обозначить проблему – сформулировать цель – очертить задачи – подобрать используемые методы – определить шаги – просчитать бюджет – реализовать проект – дать ему оценку.

По его словам, поднимаемая проблема должна быть обоснована объективными данными с помощью исследования: цифры, факты, мнения экспертов, актуальность проекта в регионе, стране, мире. Из проблемы вытекает цель – это понимание того, к чему вы придете, если воплотите задуманное в жизнь. Чтобы достигнуть какой-то цели, нужно прописать стратегию – задачи

³⁴¹ Социальный проект: от идеи к воплощению // Филантроп [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://philanthropy.ru/novosti-organizatsij/2018/12/06/69449/>. Дата обращения: 03.03.2023.

проекта, методы и шаги. И, конечно, необходимо просчитать бюджет каждого этапа проекта. Завершающим будет оценка проделанной работы.

Для студенческих медиапроектов самой серьезной проблемой становится вопрос ограниченности ресурсов, прежде всего финансовых. Но в условиях современного рынка выделяется два типа решения этого вопроса: краудсорсинг и краудфандинг. Краудсорсинг (с англ. *crowd* – «толпа» и *sourcing* – «использование ресурсов») – это привлечение широкого круга лиц, обладающих творческими, аналитическими и иными ресурсами, знаниями и опытом к решению проблем. Базис таких проектов – энтузиасты, которые готовы жертвовать своим временем ради результата. Самые масштабные примеры краудсорсинга – некоммерческие проекты. Особенно хочется выделить краудсорсинговый проект по поиску пропавших людей «Лиза Алерт». Так, его организаторы с помощью сети Интернет смогли привлечь к работе в проекте не только равнодушных людей, но и ряд экспертов: следопытов, кинологов, водолазов и др.

Краудфандинг – термин, пришедший из английского языка (*crowd* – «толпа» и *funding* – «финансирование») – это свободная интеграция людей с целью осуществления пожертвований и дарений. Краудфандинговой площадкой может стать интернет-платформа с анонсом проекта, нуждающегося в финансировании. В качестве катализатора для сбора финансовых средств могут выступать самые разнообразные поводы: техногенные или природные катастрофы, творческий проект начинающего художника, писателя, музыканта и т.д. Крупнейшей платформой «народного финансирования» в России считается Planeta.ru, здесь можно найти проекты разных категорий.

Используя механизмы краудсорсинга и краудфандинга, студенты могут не только привлечь финансовые средства для реализации проекта, но и значительно увеличить круг участников, вовлеченных в проектную деятельность, что в некотором роде снимает проблему дефицита ресурсов.

Если говорить о типологии социальных медиапроектов, то в работах современных исследователей только начинают упоминаться отдельные

параметры и свойства медиапроектов как продукта журналистской деятельности. В научном дискурсе предприняты первые попытки структурировать и упорядочить медиапроекты по определенным параметрам в единую систему. Так И.А. Зацепина³⁴², основываясь на международном и российском опыте создания проектов в журналистике, выделяет несколько основных типов: исследовательский, творческий, игровой, культурологический и информационный. Отметим, что понимание информационного проекта в современной теории журналистики довольно широко. Кроме того, многие медиапроекты стремятся не только с разных сторон осветить социальную проблематику, но и исследовать причины социальных конфликтов, что приближает информационный проект к исследовательскому. Более того, все чаще при создании медиапроектов студентами используются игровые и интерактивные технологии, благодаря которым пользователь может влиять на развитие событий. Сегодня большинство медиапроектов синкретично, может включать в себя как информационное, так и игровое начало, поэтому можно сделать вывод, что сложно приобщить их к одной из предложенных исследователем групп.

Другой параметр, который выделяют в своих трудах И.А. Зацепина³⁴³ и М.В. Соколов³⁴⁴, – продолжительность медиапроекта по времени; И.А. Зацепина здесь предлагает разграничивать краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный проекты. М.В. Соколов разделяет все медиапроекты только на два типа – краткосрочные и долгосрочные. Здесь мы сталкиваемся с временным показателем, который в настоящее время не всегда является основополагающим при реализации студенческих медиапроектов. Тем более, что большинство из них относится к категории краткосрочных и среднесрочных, так как зависит от продолжительности периода студенчества. Кроме того, достаточно сложно дать

³⁴² Зацепина И.А. Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч. Метод. конф. Т. 25. Современ. проблемы массовых коммуникаций. Оренбург, 2010. С. 3194-3197.

³⁴³ Там же.

³⁴⁴ Соколов М.В. Сетевой медиапроект как средство формирования готовности к саморазвитию будущего педагога // Известия ВГПУ. 2015. №10. С. 68-73.

определение и обозначить временные рамки понятиям «краткосрочный», «среднесрочный» и «долгосрочный».

Медиапроекты должны быть выполнены в течение конкретного периода времени и закончиться тогда, когда достигнуты все цели, которые ставились командой перед началом работы над ним. Соответственно возникает проблема с идентификацией проектов, которые выпускаются в интернете, потому что любой пользователь сети может найти их в свободном доступе независимо от того, когда они были выпущены. Конечно, если рассматривать предложенный критерий с точки зрения продвижения медиапродукта, то он будет затрагивать именно рекламную и маркетинговую стратегии, а не сферу журналистского творчества.

Е.С. Полат³⁴⁵ выделяет медиапроекты по разным основаниям дифференциации: практико-ориентированные (прикладные); монопроекты; региональные (реализуются внутри конкретного региона или страны); международные (медиапроект затрагивает несколько стран либо по параметру распространения, либо по составу участников); краткосрочные (менее недели – предметом может служить узкая проблемная ситуация); среднесрочные (реализуются от недели до месяца); долгосрочные (рассчитаны на срок более месяца). Здесь критерий времени в отличие от приведенных выше исследований является детализированным.

Критериями типологизации медиапроектов И.В. Жилавская³⁴⁶ называет способ коммуникации и формат контента, она предлагает выделять текстовые медиапроекты (статьи, онлайн-книги), изобразительные (фото, инфографика, слайды), аудиальные (подкасты, музыка, аудиолекции), видеопроекты (видеоуроки, фильмы, клипы) и мультимедийные (синтез нескольких форматов: от анимаций до ботов, трансляций, интерактивных карт). Отметим, что студенческие социальные медиапроекты отличаются сегодня разнообразием,

³⁴⁵ Полат Е.С. Типология коммуникационных проектов [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://gcro.nios.ru/system/files/klassifikacii_word.pdf. Дата обращения: 24.04.2022.

³⁴⁶ Жилавская И.В. Медиаобразование молодежи: монография. М.: РИЦ МГТУ им. М. А. Шолохова, 2013. 243 с.

поэтому могут использовать в качестве основного как один формат контента, так и несколько, например, при создании мультимедийного лонгрида.

Представители московской школы медиаисследований Т.И. Фролова и А.С. Гатилин³⁴⁷ рассмотрели стартовые особенности социальных проектов муниципальных СМИ. За основу исследования были взяты 126 проектов из разных регионов России и 25 структурированных анкет, которые заполнили руководители соцпроектов. Для анализа проекты классифицировали следующим образом: реактивные (когда СМИ откликаются на внешние социальные запросы) и проактивные (журналисты – инициаторы решения проблемы). Этот параметр типологизации также применим и к студенческому проектированию, поскольку по своей профессиональной направленности студенты осуществляют регулярный мониторинг медиа, особенно групп СМИ в социальных сетях, поэтому могут быть знакомы с запросами аудитории, которые отражены в комментариях к публикациям. Подобные запросы вполне могут стать поводом для создания реактивного студенческого медиапроекта. Но большинство студенческих инициатив все же логичнее относить к проактивным.

Можно сделать вывод, что несмотря на то, что в научном дискурсе уже предпринимались попытки обозначить типобразующие признаки медиапроектов, все еще не существует универсальной типологии, которая сопоставляет разные аспекты социальных медиапроектов и каналов, благодаря которым происходит их распространение. Эти вопросы почти не затрагиваются в исследованиях, поэтому представим авторскую типологию социальных медиапроектов, которая адаптирована, в том числе, и для анализа социальных студенческих медиапроектов, она наглядно отображена в таблице 20.

Во-первых, все социальные медиапроекты можно разделить на два вида – специализированные, где в основе лежит одна конкретная проблема, которая в

³⁴⁷ Фролова Т.И., Гатилин А.С. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципаторной журналистики // Вестник Московского университета. 2021. №10. С. 121-151.

данный момент может волновать общество, а также универсальные, которые стремятся охватить и рассказать обо всех типах социальных проблем.

Табл. 20. Параметры авторской типологизации социальных медиапроектов

№	Параме тр типолог изации	Виды социальных медиапроектов									
1	тип проблем ы	специализированный медиапроект					универсальный медиапроект				
2	канал тиражир ования	печатный			аудиальны й		аудиовизуальн ый		сетевой		
3	учредит ель / издатель / организа тор	редакционный			НКО		государственн ый		иной		
4	формат медиапр оекта	перио дичес кое издан ие	сетев ое издан ие	радио прогр амма	телеп рогра мма	бл ог	лонгр ид	мульти медийн ый спецпр оект	рубри ка	по лос а	по дка ст
5	источни к финанси рования	дотационный			грантовый		краудфандинго вый		иной		
6	фандрай зинговая функция	фандрайзинговый					нефандрайзинговый				

Вторым типологическим параметром обозначим канал тиражирования медиасообщения, который выбирается для распространения социальных медиапроектов, это может быть аудиовизуальный канал: телевидение, интернет, аудиальный – радио, подкаст, или текстовый – печатный проект.

Следующим признаком назовем формат медиапроекта, на сегодняшний день принято говорить о разнообразии форматов, которые могут быть использованы для передачи социально значимого сообщения: авторский блог, мультимедийный лонгрид, серия аудио- или видеоподкастов, авторская теле- или радиопрограмма, сетевое СМИ и мн.др. Кроме этого существуют современные

мультимедийные способы донесения информации до аудитории, к ним отнесем таймлайны, игры, квесты, веб-сериалы и т.д. Отдельно в рамках этой группы стоит отметить проекты, которые создаются при помощи технологий виртуальной и дополненной реальности и 3D-моделирования, благодаря им потенциальный читатель или зритель становится частью иммерсивной истории. Следующий вариант – это специальная рубрика в прессе, теле- или радиопрограммах.

Четвертым параметром, на который мы можем опираться при составлении типологии, – это инициатор создания социального медиапроекта. Понятно, что с подобной инициативой может выступить НКО, редакционный коллектив, государственный орган или отдельный индивид. Студенческие медиапроекты обычно либо групповые, либо индивидуальные. Но работать в команде при реализации проекта гораздо удобнее, поскольку создание и продвижение проекта – это процесс, где нужно одновременно решать несколько задач, которые требуют от его участников разных профессиональных компетенций: от умения грамотно собирать и обрабатывать информацию до навыка иллюстрации и работы с VR/AR-технологиями. Стоит отметить и тот факт, что часто медиапроекты создаются совместно большими коллективами специалистов – неоднократно редакции СМИ объединялись с некоммерческими организациями для производства медиапродукта, в основе которого лежит одна из социальных проблем.

Еще одним параметром типологизации является источник финансирования. Ранее для некоммерческих проектов мы уже обозначили такие способы привлечения ресурсов, как краудфандинг и краудсорсинг. Финансовую поддержку можно получить через систему грантов, которые реализуют и государственные структуры, и иные организации. Так, грантовые конкурсы организуют Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Фонд президентских грантов и мн.др. В отдельных случаях возможно привлечение средств от частных инвесторов; при реализации медиапроектов существуют и варианты оформления софинансирования.

Последним выделяемым типообразующим признаком назовем выполнение/невыполнение социальным медиапроектом функции фандрайзинга. Многие социальные проекты ориентированы на сбор адресных средств для решения проблемы, поиск партнеров и ресурсов, необходимых для изменения социально напряженной ситуации.

Систематизировав признаки типологизации социальных медиапроектов, можно сделать вывод, что студенты в своих творческих поисках хорошо ориентируются в вызовах современной действительности, осознают важность и актуальность многих общественных проблем и готовы использовать те механизмы, которыми обладает социальное проектирование для решения этих вопросов. Большинство студенческих медиапроектов являются специализированными, то есть базируются на решении отдельной проблемы. Каналы тиражирования информации традиционно выбираются разнообразные, но наибольший интерес представляет блог в социальных сетях. Формат медиапроекта зависит от личных предпочтений студента и от уровня технических навыков и компетенций.

Инициатором студенческого медиапроекта является отдельный индивид или студенческий актив, на сегодняшний день молодое поколение прекрасно осведомлено о возможности грантовой поддержки социальных инициатив, поэтому часто подают заявки на участие в грантовых конкурсах. Краудфандинг и краудсорсинг также остаются популярным средством привлечения ресурсной поддержки. Все студенческие проекты направлены на обозначение социальной проблемы и выработку алгоритмов ее решения, но далеко не все из них реализуют фандрайзинговую функцию.

Для данного диссертационного исследования наибольший интерес представляют те студенческие медиапроекты, которые ориентированы на сохранение ценностей семьи и родительства. Отметим, что для Института филологии и журналистики ННГУ медиапроекты, направленные на популяризацию традиционных семейных ценностей, не являются редкостью, они несут в себе весомый аффективный потенциал, влияют на эмоциональное

состояние людей, подталкивая к совершению определенных социально одобряемых действий. В следующем разделе данной работы обратимся к анализу отдельных социальных медиапроектов студентов ИФИЖ, в которых тема сохранения ценностей родства, супружества, детства, семьи является значимой и актуальной.

5.2.2. Роль студенческих медиапроектов в популяризации ценностей семьи

Образовательный потенциал студенческих медиапроектов семейной тематики включает формирование фамилистических компетенций специалиста медиасферы и совершенствование профессиональных навыков, технологий, методик. Проектная деятельность будущих специалистов сферы массовых коммуникаций продолжает традиции отечественной журналистики, которая имела ярко выраженную человекоцентричность, показывала социальные проблемы через судьбы отдельных людей. Подчеркнем, что своим творчеством студенты показывают важность социальной миссии медиа, которая заключается в репрезентации ценностных установок, помощи социально незащищенным группам, формировании площадки для общественного диалога. Социальные студенческие медиапроекты играют значимую роль в сохранении, передаче и продвижении семейных ценностей, относя их к категории базовых.

Проектный подход очень важен в системе современного гуманитарного образования, он помогает закрепить на практике ту информацию, которая была получена в период теоретического обучения. Поэтому большинство студенческих медиапроектов – это результат работы учащихся по осмыслению практико-ориентированного курса, поскольку, как показал анализ учебных планов и рабочих программ, ряд дисциплин подразумевают итоговое задание в виде творческого проектирования.

Студенческие медиапроекты, где аксиологический компонент является главенствующим, способствуют формированию личностных и профессиональных моделей поведения будущих специалистов медиасферы, их значимость для аксиологии журналистики и аксиологии образования трудно

переоценить. Рассмотрим творческие медиапроекты студентов кафедры журналистики ИФИЖ ННГУ, направленные на становление и тиражирование значимых аксиологических постулатов.

Ценности исторической памяти и связи поколений. Проекты, посвященные таким традиционным духовно-нравственным ценностям, как историческая память и сохранение связи поколений очень часто создаются к определенной календарной дате, например, ко Дню Победы. Это обусловлено еще и тем, что Институт филологии и журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского традиционно является организатором ряда мероприятий, ориентированных на формирование патриотического сознания молодежи, интереса к прошлому нашей страны, здоровой гражданской позиции. Отсюда и рост числа социальных медиапроектов, целью которых является увековечение памяти о героях и важных страниц истории, трансляция своим ровесникам ценностных ориентиров, остающихся значимыми и важными, например, ценностей родства, семьи, детства.

В течение нескольких лет будущие журналисты создавали ко Дню Победы спецвыпуск студенческой газеты «ЖурФакт», основой тематического номера становились семейные истории. Особую ценность, на наш взгляд, имеют публикации-интервью с ветеранами Великой Отечественной войны. Для иллюстрирования номера использовались материалы из семейных архивов: фотографии фронтовых лет, письма и даже страницы дневников. Во многих семьях хранят телеграммы, выпуски газет и предметы быта тех лет. Не все они имеют музейную ценность, но дороги своим владельцам, воспринимаются как настоящие семейные реликвии: «Семейный архив хранит жизненные уроки, содержит основы нравственного воспитания молодого поколения, ставит задачи отдельным членам семьи, всей семье, а иногда и не одному поколению»³⁴⁸.

Студенты готовы поделиться историями своей семьи, так, И. Козлова, редактор данного медиапроекта пишет в редакционной статье под названием

³⁴⁸ Горяченко С.Л. Семейная память как составная часть историко-культурного наследия // Нижегородский Музей: общество, история, культура. 2006. № 9-10. С. 13.

«Память, застывшая в веках»: *«Мой прадедушка не мог говорить о годах великой битвы, никогда не смотрел военные фильмы и с дрожью в голосе изредка перебирал болезненные воспоминания. Слов о войне им было сказано очень мало, но это тот случай, когда молчание передавало гораздо больше»*³⁴⁹. А корреспондент Г. Калягина пытается донести до аудитории студенческого «ЖурФакта» тезис, что *«все можно преодолеть, только б не было войны»*, ее материал «Через века, через года – помните!» пронизан тоской и сочувствием, ее дед и прадед В.Я. Калягин и И.К. Еремин прошли через ужасы войны, один из них не вернулся с фронта, другой встретил долгожданную Победу, как отмечает автор публикации: *«не было у прадеда орденов и медалей, но ужас военного некла он прочувствовал в полной мере»*³⁵⁰.

В публикации П. Зюзина «Семейная реликвия» рассказывается история карманных часов, которые передаются от старшего поколения младшему. Раньше они принадлежали прадеду автора, но тот погиб на войне, а часы стали символом героизма и незабвенности. Вместе с этой семейной реликвией остается в памяти и история семьи, последующие поколения будут вспоминать своих предков, знать, что прапрадеды сделали свой вклад в Великую Победу.

Данный медиапроект является специализированным, он реализован в формате спецвыпуска, не выполняет фандрайзинговой функции, его инициатор – студенческая редакция.

С позиции формирования фамилистических компетенций необходимо отметить, что подобные медиапроекты хотя и направлены на тиражирование традиционных ценностей и закладывают желаемые поведенческие модели для представителей социума в определенной жизненной ситуации, но наряду с этим они способствуют укоренению системы индивидуальных ценностей студентов, определяют векторы и ориентиры будущей профессиональной деятельности, намечают точки роста и самосовершенствования.

³⁴⁹ Козлова И. Память, застывшая в веках // ЖурФакт. 2019. №90. С.1.

³⁵⁰ Калягина Г. Через века, через года – помните! // ЖурФакт. 2005. №58. С. 5.

Тема исторической памяти и сохранения ценностей семьи выступила лейтмотивом и еще одного значимого студенческого медиапроекта, который стал победителем сразу нескольких профессиональных конкурсов, это проект «Учитель на войне», он также построен на сведениях, сохранившихся в семейных архивах будущих журналистов. Проект был приурочен к 75-ой годовщине Победы в Великой Отечественной войне. Медиапроект выполнен в формате лонгрида. Примечательно, что на призыв студентов присоединиться к исследованию, откликнулись нижегородцы, которые не имеют отношения к университету, например, историю «На фронте книг учитель равен солдату-герою» прислали потомки Т.И. Голиковой (Шухаревой).

Медиапроект состоит из двенадцати историй, кроме названной, в него входят «Талант быть равнодушным» о М.С. Крючковой, «Семья учителей» о В.И. и А.И. Шуртаковых и Л.И. Карауловой, «Дети войны» о Т.К. Курачевой и Г.А. Левиной, «Сначала я творил историю, потом ее преподавал» о В.В. Спасском, «Учитель, спасший жизнь» об А.М. Брагиной, «Девушка в военной форме» о Т.И. Кочемасовой, «Учитель и ученики 10 "Б" отправляются на фронт» о гимназии им. А.С. Пушкина в годы войны, «Я винтовку могла собрать и разобрать быстрее всех» о Р.П. Яковлевой, «Школьная столовая спасала от голода» о Ф.П. Уховой, «Тяга к знаниям сильнее страха» о школе № 100, «Партизанские школы в белорусских лесах» о В.Г. Ивановой и Я.А. Чернявской.

Семейные истории – это то, что объединяет сюжеты лонгрида, родственники студентов, которые были педагогами в школах, техникумах, вузах, рассказывают о сложностях профессии, о работе учреждений образования в период войны: *«преподавание и работа в школе были теми ниточками, поддерживающими их связь с реальным миром. Воспоминания так ранили, что только собственные дети и дети, которых непременно надо было успеть всему обучить, были способны заглушить эту боль»*³⁵¹.

³⁵¹ Мультимедийный интернет-проект «Учитель на войне» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://teacheratwar.tilda.ws/>. Дата обращения: 21.03.2024.

Дети войны делятся своими школьными буднями, рассказывают о сложностях военного времени, показывают беды и горести, с которыми столкнулись: «...седьмой класс не закончила, потому что одеться было не во что, а надо было в хорошем виде на экзамены приходить. Закончила после, в вечернем. Ни поесть, ни обуться, ходили, замерзшую картошку выгребали и пекли на солидоле, какие экзамены?»³⁵². Такие истории позволяют понять, что детства эти герои были лишены.

А некоторые семьи хранят и передают последующим поколениям историю о подвиге, в сюжете «Учитель, спасший жизнь» студентка рассказывает историю своей родственницы, которая смогла остаться в памяти будущих поколений благодаря своей самоотверженности и равнодушию: «Мальчишки играли в овраге, снаряд разорвался, и вот своего товарища оставили вот так... если бы не учительница, то погиб бы. И она на руках донесла его до деревни, на лошади потом до больницы его довезла. Спасли»³⁵³.

Мультимедийный социальный медиапроект «Учитель на войне» – это продукт коллективного студенческого творчества, но каждая история содержит черты личного отношения автора к проблеме, поэтому герои проекта становятся для аудитории близкими и родными, им сопереживаешь и сочувствуешь, восхищаешься ими и страдаешь вместе с ними. Тема исторической памяти и сохранения семейных ценностей приобретает здесь особую глубину. Академик Д.С. Лихачев писал: «Память противостоит уничтожающей силе времени. Память – преодоление времени, преодоление пространства. Память – основа совести и нравственности, память – основа культуры. Хранить память и беречь память – это наш нравственный долг...»³⁵⁴, поэтому так важно, чтобы в образовательном процессе к этой теме поддерживался бы постоянный интерес, ее считали бы одной из значимых и обязательных.

³⁵² Там же.

³⁵³ Там же.

³⁵⁴ Лихачев Д.С. Заметки и наблюдения: из записных книжек разных лет. Л.: Сов. писатель, 1989. С. 134.

Проект отличается тем, что создан при помощи краудсорсинга, он также относится к категории специализированных, с инициативой его реализации выступила директор ИФИЖ ННГУ Л.И. Жуковская. По формату – это мультимедийный лонгрид, он имеет не только текстовую природу, но дополнен видео-, аудиовставками, иллюстрациями и т.п. На сбор средств не ориентирован.

Мультимедийный характер медиапроекта определил использование иных технологий в репрезентации ценностей исторической памяти и связи поколений, тем не менее он способствовал совершенствованию деятельностно-прагматических фамилистических компетенций, поскольку здесь студенты углубляли навыки работы с текстом, иллюстрациями, видео- и аудиоконтентом, что имеет позитивное значение для структурно-содержательного разнообразия фамилистического медиадискурса.

Ценности внутрисемейной коммуникации, диалога и взаимоуважения.

Отметим студенческий социальный медиапроект, посвященный превенции домашнего насилия, – это серия подкастов «Горячая линия». Аудиоподкасты просты в создании, их авторы могут выносить на всеобщее обозрение даже самые неприятные и неоднозначные вопросы, к которым также относится и феномен семейно-бытового насилия. Проект «Горячая линия» отходит от привычного интервью, реализован в формате живого обсуждения различных аспектов социального явления. Присутствуют как теоретические материалы, так и практические реальные примеры, которые приводят приглашенные гости, знакомые с феноменом домашнего насилия: рассматриваются не только ситуации прямого насилия, но и шантаж, скрытый буллинг и т.д. Участие в полилоге как взрослых, так и подростков позволяет привлечь к подкасту внимание аудиторий разных возрастных групп.

Специфика медиапроекта «Горячая линия» заключается в следующем: к созданию подкаста приглашались эксперты – психологи, сотрудники кризисных центров; в нем использовались истории реальных людей, сталкивающихся с домашним насилием, а также теоретические сведения о проблеме и статистические данные. Автор подкаста предложил варианты профилактики

домашнего насилия и помощи тем, кому пришлось столкнуться с ним. Прагматический аспект аудиоподкастов данной тематики заключается в реализации функций информирования о феномене, социального участия и социального форума.

Данный медиапроект является индивидуальным, специализированным, выполнен в формате аудиоподкаста, не имеет фандрайзинговой функции, но указывает телефоны и адреса учреждений, где могут оказать помощь и поддержку жертвам домашнего насилия. Реализован при помощи гранта, полученного студсоветом ИФИЖ ННГУ, входит в серию социальных мероприятий благотворительного фестиваля «Парк чудес».

Аксиологический потенциал данного медиапроекта связан не только с изображением проблем института семьи, но и с вопросом выработки духовно-нравственных ориентиров для социума. Фамилистический дискурс здесь определен ценностями внутрисемейной коммуникации, диалога и взаимоуважения, они являются превалирующими и возвышают аудиторию над проблемой, в этом выражается назидательный потенциал медиапроекта.

Ценности родства. Студенты Института филологии и журналистики ННГУ в своих медиапроектах обращаются и к иным аспектам проблемы сохранения исторической памяти, существуют работы, где на первый план помещаются ценности родства и связи поколений. Рассмотрим медиапроект 2023 года, который получил название «Генеалогия». Он состоит из нескольких сюжетных линий: «Что такое генеалогия?», «Я нашла свои корни», «С чего начать?», «Немного из истории». Помощь в реализации данного исследования студентам оказывали школа генеалогии «Сквозь поколения» и музей ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Для всех желающих представлен алгоритм создания генеалогического древа, в формате интервью с экспертами рассказаны подробности генеалогических поисков известных личностей, например, история поиска потомков известного математика Н.И. Лобачевского, его четыре раза правнучка Е. Лобачевская проходит обучение в ветеринарном институте Санкт-Петербурга.

Отдельно представлена работа школы «Связь через поколения», которая специализируется на популяризации генеалогических исследований в молодежной среде.

Данный студенческий медиапроект является групповым, специализированным, краудсорсинговым. Он не реализует фандрайзинговой функции, его цель – обозначить проблему значимости сохранения исторической памяти, предложить механизмы передачи информации о семье будущим поколениям.

Формирование фамилистических компетенций студентов в данном случае происходит в процессе создания медиапроекта: они углубляют имеющиеся знания о генеалогии, значимости связи поколений, исторической памяти. Отметим, что данный студенческий проект репрезентует именно ту систему ценностей, которая отражена в качестве приоритетного направления государственной политики РФ, следовательно, будущие специалисты сферы массовых коммуникаций получают актуальные знания, умения, навыки, аксиологические ориентиры. Здесь формируются как структурные, так и функциональные компоненты фамилистических компетенций.

Ценности супружества. Семейные ценности рассматриваются как значимый социальный паттерн, который могут разделять все люди независимо от их принадлежности к какой-либо национальности, культуре или религии, семейные ценности не являются универсальными, но тем не менее, медиа стремятся отразить все те особенности ценностных постулатов и ориентиров, которые сложились в определенный исторический период в отдельно взятой стране. Студенты ИФИЖ ННГУ в рамках социального медиапроекта обратились к сложной, но важной в условиях глобализации проблеме – межнациональным бракам. Формат медиапроекта – аналитический лонгрид «Вопреки различиям. Исследуя межнациональные браки».

Лонгрид актуализирует проблему, которая обусловлена тем, что полиэтнические пары при вступлении в брак должны выработать определенные принципы, нормы и правила, влияющие на существование семьи и на отношения

между ее членами, чтобы брачный союз был стабильным и счастливым. Медиапроект построен на анализе Big Data и включает три раздела «Нити истории», «Здесь и сейчас» и «Взгляд со стороны». Создавался он в коллаборации со студентами Института информационных технологий, математики и механики (ИТММ). Главной его особенностью является визуализация информации – большое количество графиков, диаграмм, схем.

В проекте использован сравнительно-исторический метод: рассмотрено, как менялось отношение к межнациональным бракам на протяжении нескольких столетий, как ценности семьи влияли на социальные установки общества, какие аксиологические постулаты ретранслировали члены межнациональных семей. Подразделами исторической части лонгрида являются «Межнациональные браки в дореволюционной России», «Быть вместе нельзя расстаться. Как запрещали смешанные браки», «Как обстояли дела со смешанными браками в России?», «Семейный интернационал. Межнациональные браки в СССР», «Сами по себе. Межнациональные семьи в 90-е». Отдельно здесь рассмотрены «запретительные» периоды истории, где браки разрешались только между представителями одинаковых наций и религий: *«Законы, направленные на запрет смешанных браков, существовали в разные исторические периоды в отдельно взятых государствах, они позволяли правительству изолировать «нежелательные» расы, приравнивали отношения с их представителями к преступлению. Примечательно, что такие запреты встречались в разных странах как много веков назад, так и в обозримом прошлом»*³⁵⁵.

Современное состояние межнациональных браков представлено в разделе «Здесь и сейчас»: это факторы, влияющие на увеличение числа таких союзов; проблемы межнациональных семей; модели взаимодействия внутри смешанной семьи; данные статистики.

Отношению к смешанным бракам посвящен третий раздел, где представлена позиция участников опросов к браку с иностранцами в разных

³⁵⁵ Вопреки различиям. Исследуя межнациональные браки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ifizh-prestizh.tilda.ws/intermarriage#rec446186772>. Дата обращения: 28.03.2024.

округах РФ, присутствуют видеовставки, фиксирующие мнения интервьюируемых. Отдельная часть посвящена вопросу самоопределения детей в межкультурных семьях.

Персонализация поставленной в студенческом медиапроекте проблемы происходит через истории конкретных межкультурных союзов: «Как смешанной паре выбрать язык, на котором будут говорить дети?» – Анна Савенкова и Жюниор Нгома (русская и конголезец); «Как сильно можно любить Дагестан, если родился в Муроме?» – межкультурная и поликультурная семья Курбановых (русская и лезгин); «Как борщ может объединить две культуры?» – Анастасия и Кирилл Юкачевы (русская и украинец); «Как понять, что это твоя половинка, если вы говорите на разных языках?» – Анна и Фремиш Муту (русская и конголезец); «Как жить в российской глубинке, когда ты не похожа на других?» – Светлана и Кариамелл Ванди (русская и танзаниец) и их дочь Ребекка; «Как быть, если родственники против брака?» – Олеся и Сергей (украинка и русский).

Анализируемый студенческий медиапроект показал, что принятие межкультурных браков сегодня обусловлено такими факторами, как увеличение миграционных потоков, международное сотрудничество в самых разнообразных сферах, быстрое развитие информационно-коммуникационных технологий и как следствие рост числа площадок межкультурной коммуникации и т.д. Студенты тиражируют точку зрения, что семейные ценности – это самое важное, а кого объединит брачный союз – представителей одного народа или разных – это вторично: *«Нужно говорить миру о том, что мы все равны в своем различии, а синтез культур – это путь к взаимообогащению»*³⁵⁶.

Этот научно-исследовательский и творческий медиапроект является специализированным и групповым, он выполнен в формате мультимедийного лонгрида. Несмотря на сложность реализации относится к самофинансируемым,

³⁵⁶ Вопреки различиям. Исследуя межкультурные браки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ifizh-prestizh.tilda.ws/intermarriage#rec446186772>. Дата обращения: 28.03.2024.

инициатором его создания выступило сообщество преподавателей, проект является участником и лауреатом профессиональных конкурсов.

Аксиологический потенциал данного медиапроекта связан с проблемой формирования фамилистических ориентиров студентов: проблемы межэтнических браков основаны на разных системах ценностей, отличающемся мировоззрении, поэтому будущим специалистам сферы массовой коммуникации важно преодолеть субъективизм и постараться отразить разные точки зрения, быть объективными и искренними. Важно, чтобы и авторы медиапроекта, и его аудитория могли получить от медиапроекта взвешенную оценку достоинств и рисков современных межэтнических браков, здесь необходимо уйти и от излишней проблематизации, и от идеализации.

Проанализировав некоторые из студенческих медиапроектов, обращающихся к проблеме сохранения ценностей семьи, сделаем выводы. Такие социальные медиапроекты уместно относить к категории специализированных, где в основе лежит одна конкретная проблема, которая в данный момент может волновать общество. Что касается канала распространения, то на сегодняшний день студенты используют самые разные варианты: и печать, и радио, и телевидение, и интернет, и блог. И форматы также здесь могут быть самыми разнообразными: периодическое или сетевое издание, подкаст, радиопрограмма, телепрограмма или рубрика в ней, интернет-портал, отдельный мультимедийный спецпроект. Чаще всего в качестве идейного вдохновителя социального просемейного медиапроекта выступает студенческая редакция, иногда – преподаватель, а вот источником финансирования является краудфандинг и краудсорсинг или грантовая поддержка. Существует вариант самофинансирования. Общей целью всех медиапроектов, сохраняющих семейные ценности, является стремление авторов привлечь внимание к важной социальной проблеме и по возможности содействовать ее решению, фандрайзинговую функцию они реализуют редко.

Медиапроект, как показало проведенное исследование, является не только инструментом овладения фамилистическими компетенциями, но и каналом

формирования и тиражирования системы ценностей на широкую аудиторию. В процессе презентации проекта демонстрируются определенные поведенческие модели в обществе, а сами специалисты сферы массовой коммуникации могут реализовать диагностическое направление фамилистических компетенций – проанализировать возможности личностного роста и самосовершенствования, скорректировать профессиональные и ценностные постулаты.

В своей проектной деятельности будущие выпускники не только транслируют традиционные аксиологические постулаты: историческую память, связь поколений, ценность семьи и родительства, психологическое здоровье семьи, ценности родства, но и сами проникаются ими за счет персонификации историй, их человекоцентричности, гуманитарности, что, на наш взгляд, неизбежно приводит к усвоению и принятию данных установок. Большинство из представленных студенческих проектов были участниками и лауреатами профессиональных конкурсов, о роли последних в медиаобразовании речь пойдет в следующем разделе исследования.

§ 5.3. Профессиональные конкурсы и фестивали семейной тематики в системе подготовки кадров

В системе медиаобразования использование потенциала профессиональных конкурсов и фестивалей может быть рассмотрено в качестве действенного инструмента становления необходимых компетенций студентов и роста мастерства будущих специалистов сферы массовых коммуникаций. Нами уже были рассмотрены авторские медиапроекты как явления практико-ориентированного подхода в образовании, но, как показывает опыт, создание медиапродукта и его презентация в конкурентных условиях, которые и обеспечивает конкурсная деятельность, стимулируют обучающихся к совершенствованию умений и навыков, усложнению творческих приемов.

Участие студентов в профессиональных конкурсах подразумевает процедуру вовлечения в практическую деятельность, заставляет использовать как полученные ранее в образовательном процессе теоретические знания, так и

приобретать новые, основанные на творческом опыте. Подчеркнем, что конкурсы и фестивали, связанные с направлением подготовки студента, способствуют росту эффективности профессионально-предметных знаний, конкурентная среда отвечает за формирование профессионального мастерства, учит анализировать собственный потенциал, находить новые творческие решения.

Можно говорить о том, что в системе образования профессиональные конкурсы и фестивали стали восприниматься как эффективный инструмент развития творческих компетенций будущего выпускника, как ресурс совершенствования и актуализации знаний, навыков и умений обучающегося. Этот тезис подтверждается многообразием проводимых сегодня конкурсов, у них разная тематика, география распространения, статусность, но их объединяет общая задача – демонстрация лучших творческих профессиональных достижений в конкурентных условиях.

5.3.1. Профессиональные конкурсы семейной тематики для студентов направления подготовки «Журналистика»

Профессиональные конкурсы для студентов направления подготовки «Журналистика» можно считать полифункциональными: с одной стороны, они стимулируют созидательную деятельность и создание разнообразных медиапродуктов, то есть отвечают за креативно-творческое начало, с другой стороны, способствуют повышению мастерства и квалификации, так как поощряют использование инноваций. В условиях ранжирования и сравнительного оценивания членами жюри конкурсанты обычно готовы демонстрировать лучшие образцы своей медиаактивности, это способствует не только творческой самореализации участников, но и формирует навыки профессиональной адаптации и саморефлексии, культивирует интерес к креативным находкам и инициативам конкурентов.

Творческая атмосфера профессиональных конкурсов для журналистов настраивает на поиск новых тем и сюжетов, подпитывает стремление

развиваться и совершенствоваться, помогает найти необходимый инструментарий для решения значимых социальных вопросов. В рамках данного диссертационного исследования нас интересуют конкурсы профессионального журналистского мастерства, связанные с репрезентацией ценностей семьи, родительства, детства. Профессиональные журналистские конкурсы – это обмен опытом с коллегами, презентация новых проектов и программ, стимул для дальнейшей работы и медиаторчества.

Самым значимым и известным, на наш взгляд, можно считать всероссийский конкурс публицистических и научно-исследовательских работ «Семья и будущее России», который имеет уже десятилетнюю историю. В качестве учредителей конкурса в год его создания выступали Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Фонд Андрея Первозванного, Всероссийская программа «Святость материнства» и Центр национальной славы России. Сегодня конкурс проводится Фондом Андрея Первозванного в рамках Всероссийской программы «Святость материнства» при поддержке Министерства цифрового развития, факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, фонда целевого капитала «Истоки».

Среди целей и задач данного конкурса организаторы обозначили следующие: повышение качества журналистских публикаций, освещающих семейную тематику; развитие социального проектирования и исследований социальной проблематики в медиа; поиск решений актуальных общественных проблем; стимулирование создания медиапроектов о семье: рубрик, программ, подкастов, сайтов на разных коммуникативных площадках – радио, телевидении, интернете, печати; способствование распространению позитивной демографической информации, в том числе, примеров родительства и супружества через публикации о многодетных семьях и семейных династиях; популяризация ответственного родительства и семейных ценностей.

За время проведения данного конкурса в оргкомитет было прислано более 3000 заявок. Подведение итогов проводится в очном формате и включает не только церемонию награждения, но и серию мастер-классов, круглых столов по

проблемам социальной журналистики и особенностям освещения семейной тематики в медиа.

Изначально на конкурс принимались опубликованные работы журналистов в четырех номинациях «Печатные СМИ», «Радио», «Интернет-СМИ», «Телевидение», впоследствии число номинаций было увеличено – появились «Социальные проекты СМИ» и «Научные работы». В 2024 году организаторы обозначили еще одно направление – «Молодой журналист», в котором принимаются работы авторов в возрасте от 18 до 30 лет вне зависимости от типа СМИ. Вручается также специальный приз председателя жюри конкурса. Благодаря введению номинации «Научные работы» расширилось и число потенциальных участников, представить свои исследовательские материалы приглашают студентов, магистрантов и аспирантов профильных вузов.

Студенты кафедры журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, обучающиеся по направлению подготовки «Журналистика», на протяжении нескольких лет являются участниками профессионального конкурса «Семья и будущее России» не только в научной номинации, но и в журналистских. Например, студентка М.Д. Материкова, являясь штатным корреспондентом Нижегородского областного информационного центра, подготовила спецпроект на сайте «Нижегородской правды» с названием «Чужие родные», он представляет собой серию публикаций о сложностях приемного материнства и особенностях воспитания детей и подростков в сиротских учреждениях, также проект освещает деятельность «Хулиганодома» Нижегородской области, функционирующего как ресурсный центр наставничества над трудными подростками и детьми, попавшими в сложную жизненную ситуацию.

Исследовательская деятельность студентов-журналистов ИФИЖ ННГУ также находила признание жюри данного конкурса: в 2020 году в номинации «Научные работы, малая форма» были отмечены аналитические проекты Т.Д. Чемодановой, Е.И. Рябовой, А.А. Бурмистровой, занявшие соответственно все призовые места, а номинация «Научные работы, большая форма» подарила

победу аспиранту М.И. Седойкиной с темой «Проблемы сохранения института семьи и репродуктивного здоровья в отечественной женской периодике». В 2022 году победу в той же номинации профессионального конкурса «Семья и будущее России» одержали преподаватели кафедры журналистики ННГУ с монографией «Семейные ценности в отечественном медиадискурсе», а авторское исследование С.Д. Виноградовой «Специфика освещения ценностей института семьи в медиа социальной направленности (на примере портала "Такие дела")» возглавило список победителей номинации «Научные работы, малая форма». В той же номинации были отмечены магистранты ИФИЖ в 2023 году: Ю.А. Романова с работой «Семейные ценности в изображении православного журнала "Фома"» – 1 место, С.А. Чашурина с исследованием «Медиа про образование и воспитание детей "МЕЛ"» – 3 место.

Как уже отмечалось выше, большинство аналитических работ были подготовлены студентами в рамках курсов «Семейная тематика в СМИ» и «Проблемы современности и повестки дня в СМИ». Куратором данных студенческих исследований на протяжении десяти лет является заведующий кафедрой журналистики ННГУ, профессор О.Н. Савинова. Под ее руководством студенты проводят контент-анализ публикаций как федеральных, так и региональных медиа, выявляя специфику представленности семейной тематики в повестке дня СМИ. В международный день семьи, 15 мая, в Институте филологии и журналистики ННГУ проходит итоговое мероприятие, на котором при участии представителей журналистского сообщества региона подводятся итоги студенческого медиамониторинга. Лучшие студенческие исследования впоследствии представляются на конкурсе «Семья и будущее России».

Еще одним известным профессиональным конкурсом для социальных журналистов, работающих с семейной тематикой, является всероссийский проект «В фокусе – семья», в 2024 году он проводится в пятнадцатый раз. История данного творческого состязания ведет начало с 2009 года, инициатором его проведения выступает Фонд поддержки детей в рамках медиакмпании «Семья – мой главный жизненный проект» по противодействию жестокому

обращению с подрастающим поколением. Для расширения географии участников и привлечения внимания общественности к конкурсу соорганизаторами являются представители органов исполнительной власти субъектов РФ, которые отвечают за социальную политику и социальную защиту. В качестве информационных партнеров традиционно выступают Союз журналистов России, Агентство социальной информации, ЮНПРЕСС.

Цели и задачи конкурса представлены в положении, это освещение проблем современных институтов семьи и детства, демонстрация достижений социальной сферы, презентация общественных инициатив, прежде всего, в вопросах социальной поддержки семьи. К тому же, это стимулирование создания качественного медиаконтента, освещающего разные аспекты родительства и детства, организация помощи семьям, находящимся в кризисной ситуации, информирование аудитории медиа о возможных путях выхода из трудных жизненных обстоятельств. Конкурс ориентирован на решение проблемы социального сиротства, профилактику семейного неблагополучия и подростковой преступности, превенцию домашнего насилия; отдельное внимание уделяется семьям, где растут дети с ограниченными возможностями здоровья, оргкомитет ратует за увеличение числа публикаций, способствующих интеграции таких ребят в социум. Все вышеобозначенное содействует продвижению ценностей семьи и ответственного родительства.

Конкурсные номинации обновляются ежегодно: например, в 2016 году авторы могли заполнить заявки на участие в основных номинациях «По семейным обстоятельствам», «Статус: особенная семья», «Трудности "трудных"», «Сказать нельзя молчать» и в специальных – «Ответственные лица», «Отцы и дети», «Вместе – ради будущего. Вместе – ради детей!», «Семья года», «А ты записался добровольцем?», «Городской сюжет», «Дорога безграничных возможностей». В 2024 году перечень номинаций представлен только основными, он включает следующие: «Жизнь замечательных семей», «Миссия: быть родителем», «Помощь рядом», «Мы вместе!», «История рода» и уже

известные по предыдущим конкурсным годам – «Статус: особенная семья», «По семейным обстоятельствам».

Особенностью конкурса является то, что он имеет два этапа: региональный и всероссийский, на первом этапе отбор творческих работ осуществляется экспертным сообществом – специалистами сферы поддержки семьи, родительства и детства. На втором этапе члены жюри проставляют баллы и определяют победителей в номинациях. Отдельно рассматриваются работы молодых журналистов – категория «Работа юнкора» и новостные форматы – категория «Новости». Отметим, что руководителем организационного комитета конкурса выбирают авторитетных и известных представителей профессионального сообщества или государственной сферы, например, в отдельные годы его возглавляли А.Я. Школьник, В.К. Мамонтов, Е.А. Примаков, М.Н. Павлова, О.Ю. Баталина, А.А. Шарапова.

Студенты Института филологии и журналистики ННГУ в качестве участников данного конкурса выступали только в 2018 году, учащаяся заочного отделения Е.И. Калинина была номинирована региональным экспертным сообществом с публикациями, посвященными вопросу устройства детей, оставшихся без попечения родителей, в приемные семьи.

Обратимся к обзору других профессиональных журналистских конкурсов, конечно же, они не имеют такой узкотематической специализации, как рассмотренные ранее проекты. Тем не менее, необходимо отметить, что социальная проблематика как отдельное направление во многих из них присутствует на постоянной основе. Например, ежегодный всероссийский конкурс журналистов «Золотой гонг», основанный Альянсом руководителей региональных СМИ России (АРС-ПРЕСС) в 1994 году, проводится при финансовой поддержке Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ. Конкурс имеет авторитет в журналистских кругах, его символ – статуэтка древнегреческой богини Ириды – является подтверждением профессиональных достижений. И хотя в номинациях отмечаются лучший редактор, профессиональный дебют, газета года и т.д., в некоторых случаях

оргкомитет предлагает тематические номинации, так, в 2022 году была предложена спецноминация «Призвание – Мама», которая была ориентирована на освещение следующих аспектов: многодетное материнство, ранние браки, матери-одиночки, приемные матери, матери-общественницы и т.п. А в число основных номинаций конкурса входит номинация «Лучший материал года о социальных проблемах», что также не исключает описания вопросов функционирования семьи как социального института.

Еще один известный профессиональному сообществу конкурс – «Вызов XXI век», он ориентирован на анализ публицистических работ молодых журналистов, пишущих на социально-значимые темы. В 2024 году конкурс будет проводиться в двадцатый раз. И если первые три номинации данного конкурса «Вызов – политика и экономика», «Вызов – межнациональные и межконфессиональные отношения», «Вызов – портрет современника» в последние годы являются неизменными, то выбор четвертой – определяется актуальной проблемой современности, то есть той, которой обозначен соответствующий год. В 2023 году – это был «Вызов – Год педагога и наставника», в 2024 году вполне логично, что номинация обозначена как «Вызов – Год семьи», поэтому публикации семейной тематики также будут рассмотрены и в рамках обозначенного творческого состязания. Как уже было отмечено выше, студентка ИФИЖ ННГУ М.Д. Материкова становилась лауреатом данного конкурса с серией публикаций о приемных семьях Нижегородской области: «Я знала, что идеальных людей и детей нет», «Ты от меня можешь отказаться, а я от тебя не откажусь», «Все дети, которые у нас растут в семье, как-то сами приходят», это было в номинации «Вызов – портрет современника».

Кафедра журналистики ННГУ при организации образовательного процесса уделяет существенное внимание практико-ориентированной подготовке студентов, стимулируя их к участию в профессиональных конкурсах. Не все подготовленные заявки студентов оказываются в числе победителей, но можно систематизировать некоторые рекомендации, которые позволят

студентам быть более успешными в профессиональных конкурсах, ориентированных на освещение семейной тематики.

Необходимо расширять предметно-тематический спектр публикаций о семье: например, способствовать формированию положительного образа многодетной семьи, акцентировать внимание на феномене ответственного родительства, способствовать повышению статуса женщины-матери в обществе. Журналистские публикации должны быть ориентированы на репрезентацию ценностей института семьи, таких как полная многопоколенная семья с детьми, ценности родства и связи поколений. Необходимо включать в медиаповестку проблемы превенции социального сиротства, домашнего насилия, подростковой преступности, уделять внимание семьям, воспитывающим особенных детей, увеличить число материалов, посвященных опыту старшего поколения, диалогу отцов и детей.

Профессиональные конкурсы подразумевают разнообразие жанров и форматов, поэтому новостные материалы не всегда имеют успех. Стоит отдать предпочтение аналитическим и художественно-публицистическим публикациям, так, возврат к художественной публицистике, на наш взгляд, может дать журналистам неограниченные возможности в подаче семейной темы. Необходимо также использовать потенциал аналитических жанров, значительный перевес информационного начала не способствует тиражированию конструктивных материалов, где показаны пути решения проблемных ситуаций. Актуальными остаются вопросы ухода от шаблонов и повышения профессионального мастерства.

Таким образом, проанализировав профессиональные конкурсы семейной тематики для студентов направления подготовки «Журналистика», можно сделать вывод, что сегодня существуют реальные возможности для качественной подготовки будущих выпускников через их творческую активность в конкурентной среде, создание креативных социальных медиапроектов и их презентацию широкой аудитории. Все это способствует формированию необходимых компетенций, повышению уровня мастерства. Профессиональные

конкурсы содействуют становлению ценностных ориентиров будущих журналистов, помогают в условиях конкуренции более широко посмотреть на социальные проблемы и возможные механизмы их решения.

5.3.2. Фестивали социальной рекламы семейной тематики в системе подготовки студентов направления «Реклама и связи с общественностью»

Студенты, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью» также принимают активное участие в профессиональных конкурсах, например, это может быть конкурс творческих работ «Хрустальный апельсин» или конкурс видеороликов «#PRобудущее», но чаще предметом интереса выступают фестивали социальной рекламы. В рамках нашего исследования рассмотрим те мероприятия, участниками и организаторами которых становились студенты-бакалавры Института филологии и журналистики ННГУ и которые были в той или иной степени связаны с популяризацией ценностей семьи, родительства и детства.

Конкурсы социальной рекламы мы представляем в качестве важного инструмента поддержки института семьи и семейных ценностей. Практика участия студентов в подобных мероприятиях позволяет вовлечь их в коммуникацию по проблемам семьи как социального института. Фестивально-конкурсная деятельность может быть реализована как на региональном, так и на федеральном и международном уровнях, это зависит от наличия каналов распространения информации и материальной базы конкурса. В последние годы отмечается рост числа студентов, приезжающих учиться в ННГУ не только из разных стран, но и из разных регионов России. Поэтому география профессиональных конкурсов, в которых принимают участие наши студенты, весьма широкая. Среди них такие всероссийские конкурсы, как «Семья – основа мира», «Благополучная семья – фундамент российского общества», «Конкурс семейных видеороликов», «Семья Рилит», региональные – «Главное в жизни – это семья!» (Ставропольский край), «Благополучная семья – успешный город!»

(Барнаул), «Социальная реклама семейных ценностей в социальных сетях» (Волгоградская область), «Семейный вопрос» (Новосибирская область») и мн.др.

Остановимся подробнее на анализе тех профессиональных конкурсов, где студенты Института филологии и журналистики ННГУ были не только участниками, но и волонтерами. Например, это международный фестиваль социальной рекламы «Семья – дело серьезное», который проходил в апреле-октябре 2023 года. Автор данной диссертационной работы являлся научным консультантом и членом жюри данного мероприятия. Фестиваль был направлен на закрепление понятия «традиционные духовно-нравственные ценности», в т.ч., «семейные ценности» в сознании современной молодежи. В качестве информационных партнеров мероприятия выступали Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского и Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова. Цель фестиваля – показать, что семья – основа стабильности, базис духовного развития человека.

В положении к фестивалю были обозначены основные задачи, на реализацию которых был направлен данный проект:

- Способствовать наиболее полному информированию современной молодежи, в том числе школьников и студентов, о значимости для общества сохранения семьи как социального института и ценностей семьи в структуре традиционных духовно-нравственных ценностей.

- Обозначить негативные тенденции в семейно-бытовой сфере, рассказать о механизмах превенции домашнего насилия, деструктивного родительства, социального сиротства и т.п.

- Показать, что социальная реклама может выступать эффективным инструментом привлечения внимания социума к социально значимым проблемам, продемонстрировать качественные образцы просемейной социальной рекламы разных типов.

- Использовать плакаты (баннеры) социальной просемейной рекламы и социальные просемейные ролики как канал для распространения

положительных образов семей с несколькими детьми, семей, где чтят многопоколенные связи, семей, воспитывающих приемных детей или детей с особыми нуждами.

- Создать мерч и брендбук фестиваля социальной рекламы просемейной тематики «Семья – дело серьезное» для расширения аудитории и узнаваемости проекта, а также для последующих сезонов данного мероприятия [Приложение 5].

- Показать, что представители духовенства считают ценности семьи традиционными, заботятся о сохранении института семьи, готовы предоставить помощь и поддержку семьям, находящимся в кризисной ситуации.

- Создать единую коммуникационную площадку для диалога по вопросам современной семьи и ее ценностей, где могут поделиться своим видением вопроса самые разные категории граждан: школьники, молодежь, студенчество, духовная и научная интеллигенция, представители НКО, сферы государственного и муниципального управления, рекламной и медиаиндустрии.

Студенты подключились к данному проекту еще на этапе подготовки мероприятия: творческая группа занималась разработкой мерча фестиваля, который был представлен футболкой с логотипом мероприятия, блокнотом и ручкой. Отдельно была продумана композиционно-графическая модель сайта фестиваля, дизайн информационных плакатов для выставок творческих работ и внешний вид книги отзывов и предложений. Будущие специалисты сферы PR отвечали за создание групп фестиваля в социальных сетях и контент-план, а впоследствии – и за информационное и организационное сопровождение мероприятий: выставок, мастер-классов, гала-фестиваля с подведением итогов.

Основными мероприятиями проекта стали:

- конкурс плакатов и видеороликов социальной рекламы «Семья – дело серьезное»;
- выставки работ участников конкурса;
- просветительские лекции и уроки для студентов и школьников «Семья – дело серьезное»;

- мастер-классы по социальной рекламе;
- тематический гала-фестиваль «Семья – дело серьезное», в рамках которого были подведены итоги конкурса.

Были и те студенты, которые ограничились подготовкой творческих конкурсных работ. Проектом было предусмотрено создание школьниками и студентами плакатов и видеороликов семейной тематики, популяризирующих ценности семьи, родительства и детства. Ожидаемые результаты: привлечение внимания молодежи к семейным ценностям, формирование позитивного, а не деструктивного отношения к институту семьи, поскольку в последние годы в массовое сознание молодежи информационно-развлекательная индустрия внедряет ценности, чуждые российской ментальности.

Для участия в фестивале школьникам и студентам было необходимо представить рекламный материал социальной направленности, допускалось участие сразу в нескольких номинациях и тематических блоках. Номинаций было две: это видеоролик социальной проблематики и социальный плакат (баннер), к рекламному образцу предъявлялись определенные технические требования. Тематических блоков (направлений), в рамках которых можно было заявить свою работу, было несколько: семья как ценность; физическое и психологическое здоровье семьи; профилактика семейно-бытового и домашнего насилия; семейное устройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей; ответственное родительство; ценность многодетной семьи; сохранение репродуктивного здоровья семьи; православная семья.

Отметим, что наиболее популярными темами видеороликов и плакатов студентов ИФИЖ ННГУ стали профилактика семейно-бытового и домашнего насилия, православная семья, семья как ценность. Фестиваль социальной рекламы просемейной тематики «Семья – дело серьезное» проходил в сотрудничестве с представителями православного духовенства, он привлек внимание молодежной аудитории к актуальной общественной проблеме – трансформации традиционного института семьи, сформировал варианты возможного решения некоторых проблемных аспектов, вдохновил молодежь на

активные действия и креатив. Некоторые студенты готовили творческие работы в период летней практики, поэтому имели возможность вдумчиво и нетривиально подойти к решению поставленных задач: например, посетили духовные святыни, обратились к представителям духовенства с просьбой о записи интервью, отразили специфику работы воскресных школ и гимназий.

Конкурсные работы социальной рекламы семейной тематики представлены не только на сайте фестиваля (<https://readymag.com/festivalreklamy/4216276/>) и в группах социальных сетей «ВКонтакте» и Telegram, но и выпущена тематическая информационная брошюра, эти меры могут обратить внимание общественности на важность сохранения традиционных ценностей семьи как социального института, подчеркнуть значимость для современного социума увеличения числа многодетных семей; заставить задуматься о способах решения таких проблем института семьи, как семейно-бытовое насилие, социальное сиротство, воспитание детей с ограниченными возможностями здоровья, сохранение репродуктивного здоровья семьи.

Конкуренция у студентов ИФИЖ в данном конкурсе была высокая. В мероприятиях проекта «Семья – дело серьезное» приняли участие более двухсот учащихся школ и высших учебных заведений России, Сербии, Белоруссии, Китая, Казахстана, Туркменистана, Колумбии. В группах фестиваля в социальных сетях «ВКонтакте» и Telegram зарегистрировались более трехсот человек. Для увеличения охвата аудитории была использована бесплатная цифровая платформа конкурсы.рф (<https://конкурсы.рф/contests.html>), она продемонстрировала свою эффективность.

На конкурс плакатов и видеороликов социальной рекламы было представлено более ста пятидесяти работ. География участников фестиваля обширна, она объединяет такие города, как Москва, Минск, Нови-Сад, Пекин, Чунцин, Богота, Туркменабат, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Архангельск, Екатеринбург, Волгоград, Пермь, Красноярск, Ялта, Астрахань, Курск, Краснодар, Абакан, Липецк, Усть-Лабинск, Луга, Салават, Ангарск,

Химки Московской области, Онега Архангельской области, Шаранга Нижегородской области, Орехово-Зуево Московской области, Киров Калужской области, Бор Нижегородской области, Меловое Луганской области, Волжский Волгоградской области, Дзержинск Нижегородской области, Свердловск Луганской области.

Большинство присланных на фестиваль работ представляли следующие тематические блоки: превенция насилия внутри семьи, семья как ценность, ответственное родительство, ценности православной семьи. Оргкомитет фестиваля не получил работ по такому тематическому направлению, как сохранение репродуктивного здоровья семьи. Блоки, связанные с профилактикой социального сиротства, многодетной семьей и здоровьем семьи (психологическим и физическим) были представлены ограниченным числом заявок. Таким образом, тематические предпочтения участников из разных регионов можно обозначить как схожие.

Учитывая, что участники мероприятия обладают разным уровнем информированности о проблемах института семьи, о специфике традиционных семейных ценностей, в рамках фестиваля были проведены лекции представителей творческого и научного сообщества, православного духовенства о семейных ценностях, об отношении к семье в православии. Членами жюри на фестивале выступили представители экспертного сообщества: православное духовенство, сотрудники НКО, занимающиеся социальными вопросами, в том числе проблемами семьи, профессорско-преподавательский состав вузов направлений, связанных с рекламой, сотрудники рекламного сектора.

Все мероприятия в рамках фестиваля были ориентированы на формирование у детей школьного возраста, подростков и молодежи положительного отношения к традиционным институтам семьи, родительства, супружества; возникновение понимания, что такое ответственное и деструктивное родительство, выявление причин последнего; информирование о трудностях и проблемных аспектах современного института семьи и поиск путей их решения. Данный фестиваль стал форумной площадкой для современной

молодежи, поскольку позволил в форматах лекций, выставок и итогового мероприятия обсудить вопрос сохранения и передачи семейных ценностей.

В рамках финального мероприятия, где приняли участие сотрудники медиаиндустрии, научного сообщества, духовенства, были обозначены самые значимые ценности семьи: любовь и поддержка, умение слушать и слышать, связь поколений, продуктивный внутрисемейный диалог, эмоциональная близость, родительство, уважение. Болевыми точками современного института семьи были названы: домашнее насилие, разводы, малодетность или бездетность, социальное сиротство, алкогольные и наркотические зависимости родителей, деструктивное родительство.

Проектирование, к которому относится создание макета социальной просемейной рекламы или съемка видеоролика, способствует более вдумчивому подходу к решению проблем семьи. Данный конкурс показал, что сочетание лекционного формата донесения информации и творчески ориентированных медиапроектов имеет высокий образовательный потенциал. Во время проведения выставок творческих работ студенты-волонтеры рассказывали посетителям не только о представленных плакатах и видеороликах, но и передавали ту информацию, которая была ими получена на лекциях и мастер-классах, что, на наш взгляд, иллюстрирует значимость и эффективность выбранного метода.

Остановимся еще на одном проекте Института филологии и журналистики ННГУ, он объединил бакалавров направлений «Реклама и связи с общественностью» и «Журналистика». Это познавательно-творческий фестиваль «Сохраните семейный альбом», приуроченный к году Семьи, объявленному в 2024 году. Цель фестиваля – решение проблемы сохранения исторической памяти и передачи семейных ценностей последующим поколениям. Бумажный семейный фотоальбом сегодня в условиях диджитализации дети и молодежь считают атавизмом, но новые технологии позволяют говорить об альтернативных формах хранения семейной информации, поэтому современный семейный альбом – это не только

фотографии, но и коллажи, инфографика, фильмы, видеоролики и мультимедийные лонгриды, которые позволяют передать семейные ценности следующим поколениям.

Студенты направления «Реклама и связи с общественностью» отвечают за организационное и информационное сопровождение фестиваля, как показало предыдущее мероприятие, они достойно справляются с поставленными перед ними задачами. Студентов-журналистов мы пригласили в качестве участников конкурса, предлагая им реализовать себя через медиатворчество.

Номинации конкурса: семейная книга; коллаж о семье; мультимедийный лонгрид о семье; поэтическое произведение о семье (ода, баллада и т.п.); художественное произведение малой формы о семье (рассказ, повесть); интерактивный проект о семье (интерактивное фото, слайдер, таймлайн и т.п.); генеалогическое древо семьи; видеоролик (фильм) о семье (в том числе анимационный).

Тематические направления конкурса: историческая летопись семьи; трудовые династии; многодетная семья; семейная реликвия; семья как ценность. Узкая тема предоставляемых на конкурс творческих проектов формулируются участниками конкурса самостоятельно, исходя из предложенных направлений, но на основе реалий конкретной семьи.

Познавательно-творческий фестиваль «Сохраните семейный альбом» – это серия мероприятий для школьников и студентов, позволяющих решить проблемы сохранения исторической памяти и семейных ценностей. Основным образовательным инструментом являются мастер-классы. Такой формат помогает обучающимся не только познать историю своей семьи, но и понять ее значение в современном мире. В рамках фестиваля анонсированы следующие образовательные мастер-классы: «Текстовый сторителлинг: как писать о семье искренне и интересно», «Создаем интерактивный проект об истории семьи: интерактивное фото, слайдер, таймлайн», «Как рассказать историю семьи в формате мультимедийного лонгрида», «Образ семьи в русской литературе: чему мы можем научиться у классиков»; «Смайлик или слово? Особенности

использования невербальных знаков в мультимедийном тексте о семье»; «Создаем коллаж об истории семьи быстро и просто», «Семейная книга: от задумки к верстке и печати», «От "Повести временных лет" до наших дней: как творились истории семей наших предков», «Поэзия или проза: как сделать из истории семьи художественное произведение», «Называем правильно: термины родства в русском языке», «Видеоролик о семье: простые секреты успеха»; «Создание семейного герба и девиза»; «Видеоинтервью с членами семьи: путь к успеху»; «Семейные хроники в литературе и кинематографе: о чем может рассказать история поколений одной семьи».

Студенты, подготовившие работы на конкурс, участвуют в презентации авторских семейных альбомов в форме стендовых докладов, слэмов и т.п. Это эффективный инструмент, который может повысить осведомленность аудитории о семейных ценностях и исторической памяти. Проведение таких мероприятий позволяет подходить к теме в интересной и доступной форме, стимулируя участников к обмену мнениями.

В конце 2024 года состоится итоговый гала-фестиваль, в рамках которого будут подведены итоги конкурса, названы победители и лауреаты. Будущие специалисты сферы PR и рекламы также отвечают за создание итогового отчетного фильма о познавательно-творческом фестивале «Сохраните семейный альбом» и за размещение работ на сайте фестиваля.

Работа над творческими проектами может стать поводом для семейных встреч, обсуждений и размышлений о ценностях, которые передаются из поколения в поколение. Студенты будут участвовать в создании новых страниц истории своей семьи, сохраняя и передавая уникальные традиции и обряды, это будет способствовать сохранению исторической памяти, поможет обогащению семейных отношений.

Познавательно-творческий фестиваль «Сохраните семейный альбом» – это сочетание образовательных мероприятий и творческого проектирования, что является эффективным инструментом решения социально значимых вопросов. Образовательные мероприятия способствуют распространению знаний,

формированию навыков и развитию критического мышления, а творческое проектирование позволяет находить нестандартные, инновационные решения проблем, создавать уникальные и оригинальные проекты.

Подводя итоги данного параграфа, резюмируем, что участие в профессиональных конкурсах для студентов направлений подготовки, связанных со сферой массовой коммуникации, обязательная часть образовательной деятельности. Профессорско-преподавательский состав в рамках отдельных практико-ориентированных курсов должен мотивировать студентов создавать творческие проекты и презентовать их в конкурентных условиях. Для формирования ряда профессиональных компетенций стоит привлекать студентов не только к созданию конкурсных работ, но и к информационной и организационной работе в качестве волонтеров различных мероприятий. Это развивает важные навыки, позволяет расширить спектр тем и направлений, которые в будущем могут стать приоритетными для выпускника.

ВЫВОДЫ ПО ПЯТОЙ ГЛАВЕ

Образовательный потенциал фамилистического медиадискурса обусловлен способностью журналистского сообщества повышать качество публикаций семейной направленности, расширять тематический спектр сообщений, тем самым привлекая внимание к проблемам института семьи и закрепляя у аудитории значимые аксиологические постулаты, и, наряду с этим, возможностью формировать фамилистические компетенции у будущих специалистов сферы массовых коммуникаций как за счет анализа тиражируемых редакциями просемейных медиапродуктов, так и посредством создания авторских, студенческих проектов, транслирующих ценности семьи, материнства и детства.

Важным направлением формирования фамилистических компетенций является медиаобразование, где осуществляется становление морально-нравственных ориентиров будущих специалистов сферы массовой коммуникации, а, следовательно, закладывается и ценностный потенциал

современных СМИ, в том числе, определяются будущие характеристики фамилистического медиадискурса, поскольку от уровня образования профессиональных кадров эти показатели находятся в прямой зависимости.

Учебные планы подготовки специалистов сферы массовой коммуникации должны способствовать становлению аксиологических компетенций, это подтверждает анализ индикаторов формирования универсальных компетенций для будущих журналистов и специалистов сферы рекламы и связей с общественностью. Следовательно, и учебные планы, по которым проходят образовательную подготовку студенты обозначенных специальностей, должны включать отдельные дисциплины, способствующие формированию фамилистических компетенций, а также знаний в сфере традиционных духовно-нравственных ценностей.

Анализ учебных планов и рабочих программ направлений подготовки бакалавриата 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и 42.03.02 – «Журналистика», а также магистратуры 42.04.02 – «Журналистика» Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского показал, что к образовательным курсам, которые включают в свои тематические разделы категорию традиционных ценностей, в том числе, ценностей семьи, относятся «Философия», «Профессиональная этика журналиста», «Журналистика как социокультурный феномен», «Профессиональная этика в системе массовых коммуникаций», «Проблемы современности и повестки дня в СМИ», «Правовые и этические аспекты в рекламе и связях с общественностью» (обязательная часть ОПОП). К части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, относятся «Социальная журналистика», «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Конфессиональная журналистика», «Семейная тематика в СМИ», «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере». В последние годы обнаруживается негативная тенденция – смещение дисциплин, направленных на формирование ценностных ориентиров, из основного блока в часть «дисциплины по выбору», например, это произошло с «Социальной

журналистикой» и «Семейной тематикой в СМИ», что ограничивает число студентов, которые могут получить знания по данной проблематике.

Авторские специализированные курсы, например, «Семейная тематика в СМИ», могут существенным образом повлиять на исследовательское поведение студентов, что проявляется в росте числа курсовых и выпускных квалификационных работ социальной тематики (акцент был сделан именно на семейном аспекте), интересе к созданию социальных просемейных медиапроектов, тиражирующих ценности семьи как социального института, успехах в специализированных профессиональных конкурсах. Узкоспециализированные дисциплины способствуют формированию фамилистических компетенций будущих специалистов сферы массовых коммуникаций, их образовательный потенциал реализуется сразу в нескольких направлениях:

- ценностно-мировоззренческое направление: формирование фамилистических компетенций специалиста медиасферы основано на становлении его собственных взглядов, мотивов и аксиологических установок;
- деятельностно-прагматическое направление: совершенствование профессиональных навыков, технологий, методик будущих специалистов сферы массовых коммуникаций, при помощи которых может осуществляться тиражирование семейных ценностей, выявление проблем института семьи и определение способов их решения;
- диагностическое направление: определение сформированности фамилистических компетенций студентов через анализ их авторских просемейных медиапроектов.

Увеличение в образовательной подготовке будущих специалистов сферы массовой коммуникации числа курсов, имеющих практико-ориентированную направленность, способствует развитию социального медиапроектирования. Студенческие социальные медиапроекты отличаются разнообразием форматов и платформ, тематической специализацией, реализуемыми функциями, способом финансирования и т.д., но они дают возможность авторам применить

полученные знания на практике, наработать определенные умения, овладеть необходимым инструментарием для последующей профессиональной деятельности. Студенческие медиапроекты необходимо рассматривать в качестве инструмента формирования фамилистических ориентиров, поскольку в своей проектной деятельности будущие выпускники не только транслируют традиционные аксиологические постулаты: историческую память, связь поколений, ценность семьи и родительства, психологическое здоровье семьи, ценности родства, но и сами проникаются данными установками.

В системе медиаобразования также важны профессиональные конкурсы и фестивали, они способствуют росту мастерства будущих специалистов сферы массовых коммуникаций, отвечают за поиск новых тем и сюжетов, подпитывают стремление развиваться и совершенствоваться, помогают найти необходимый инструментарий для решения значимых социальных вопросов, в том числе, проблем такого значимого социального института, как институт семьи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение ценностных категорий и установок – значимый вектор современных гуманитарных исследований, это связано, прежде всего, с необходимостью сохранения традиционных духовно-нравственных ориентиров, объединяющих общество. Государственные и религиозные деятели, представители научного сообщества заявляют о процессе девальвации традиционных ценностей, они определяют текущую ситуацию как ценностный вакуум, экзистенциальный кризис. В сложившихся обстоятельствах важно выявить те ценностные ориентиры, вокруг которых можно выстроить новую устойчивую систему ценностей.

Ценности семьи, на наш взгляд, могут выступать в качестве связующих социум аксиологических конструкторов, потому что ориентация на супружество и родительство свойственна российской ментальности. Семейные ценности являются важным базисом, благодаря которому человеку не только легче ориентироваться в самых разных общественных сферах, но и выстраивать собственную семью как малую социальную общность. Семья является исторически устойчивым социальным институтом, семейные ценности передаются из поколения в поколение и являются тем фундаментом, столпом, на котором базируется общество.

СМИ реагируют на трансформацию института семьи, тиражируют изменяющиеся ценностные установки, для выявления специфики медиарепрезентации семейных ценностей мы обратились к дискурсивному и фамилистическому подходам, при этом выделяя особый предмет исследовательского интереса – фамилистический медиадискурс. Фамилистический медиадискурс – это особый тип дискурса, который тиражирует ценности семьи, родительства, супружества на широкую аудиторию, он аккумулирует устные, письменные, мультимедийные сообщения разнообразных массмедийных каналов, учитывая экстралингвистические факторы коммуникативного процесса.

Данный тип дискурса необходимо рассматривать в контексте идеологических, социокультурных и исторических условий его формирования. Предложенная исследовательская методика предполагает, что для выявления специфики фамилистического медиадискурса в определенный исторический период необходимо учитывать как структурно-содержательные и функционально-жанровые особенности медиасообщений, так и их аксиологические доминанты.

Становление фамилистического медиадискурса происходит в дореволюционный период и связано преимущественно со специализированной периодикой, поскольку именно в женских, педагогических журналах и изданиях для семейного чтения тема семьи и семейных ценностей освещалась наиболее разнопланово. Журналистика дореволюционного периода отличалась литературоцентричностью, художественные произведения отражали тематику быта дворянской семьи, где статус женщины определялся положением в обществе ее мужа или отца. Семья, представленная на страницах периодики этого времени, была патриархальной, многопоколенной, за женщиной закреплялись традиционные роли хранительницы домашнего очага, матери и жены. Тема семьи и брака, воспитания и организации досуга детей, домоводства, репродуктивного здоровья семьи, отношений между мужчиной и женщиной активно освещаются журналами дореволюционного периода. В начале XX века журналистика отражает те изменения, которые происходят в обществе, что сказывается на структурно-содержательных, тематических и аксиологических характеристиках дискурса. Семья в самом начале XX века начинает активно трансформироваться, эти процессы также представлены в СМИ: появляется тема расторжения брака, свободной любви, традиционная семья постепенно уходит со страниц периодики, хотя вопросы материнства и детства продолжают освещаться.

Развитие фамилистического медиадискурса происходит в советское время, когда сменилось не только общественно-политическое устройство, но и система ценностных установок и ориентиров. В первое десятилетие советской власти

(1917-1927) фамилистический дискурс женской периодики отражает некоторую аксиологическую дихотомию, так как формируется двумя типами изданий: общественно-политическими журналами и литературно-общественными изданиями семейно-бытовой направленности. Для первых – характерно изображение новой коммунистической системы ценностей, ценности семьи здесь не представлены; вторые – тиражировали ценности материнства, супружества, характерные для дореволюционного периода. Педагогическая периодика отражает принцип общественного воспитания детей, предложенный советским правительством, способствует тиражированию в СМИ индифферентной модели родительства, где вопросы социализации, воспитания и образования ребенка возлагаются не на семью, а на образовательные институты.

Специализированная пресса в довоенные и военные годы (1928-1945) освещает вопросы совмещения общественной деятельности женщины и материнства, сохранения женского репродуктивного здоровья. Семья изображается преимущественно неполной, однопоколенной. В военные годы актуализируются темы исторической памяти, жертвенности и долга, помощи детям и семьям фронтовиков. В последние годы войны нужно отметить возвращение в СМИ публикаций бытовой направленности, темы многодетности, что обусловлено демографическим кризисом и необходимостью повышения рождаемости. Аксиологические постулаты данного периода: ценности родства, исторической памяти, связи поколений, супружества и родительства, воспитания и социализации подрастающего поколения. Послевоенный период характеризуется стабильностью предметно-тематического содержания прессы: ценности семьи и материнства возвращаются на страницы периодики, в материалах часто делается акцент на том, что женщина должна быть образованным работником, но выстраивать карьеру не в ущерб материнству, быть заботливой матерью, верной женой и гостеприимной хозяйкой. Традиционная семья, где мужчина выступает добытчиком, а женщина посвящает себя домашнему хозяйству, постепенно уходит в прошлое. Фамилистический дискурс специализированной периодики послевоенного времени отличается тем,

что семья как социальный институт снова находится в центре внимания, можно наблюдать приоритет ценностей родительства и родства, социализации и воспитания детей, семейного чтения и совместного досуга, заботы и взаимоуважения, исторической памяти и связи поколений. На рубеже 1970-1980-х годов заявляют о себе альтернативные издания, женский самиздат, они разрушают благополучный образ идеальной советской семьи. Их основная идея – женщины должны контролировать свою жизнь и знать свои права, нужно пересмотреть традиционные ценности и устои; равноправие, которое провозглашено в советском государстве, является формальным.

Фамилистический медиадискурс приобрел признаки самостоятельности и оформленности в современный период, этому способствовали следующие факторы: расширение сегмента специализированных медиа; распространение социальной журналистики, прежде всего, медиа социальной направленности, где представлены проблемы современной семьи; формирование идеологии «ответственного родительства», что повысило интерес к теме воспитания и образования детей; развитие блогосферы и популярность просемейных блогов; снятие стигмы с определенных вопросов: детского сиротства, акушерского насилия, проблем матерей с инвалидностью и пр.

В современный период фамилистический медиадискурс рассмотрен через медиасообщения печатных и сетевых СМИ, а также аудиальных и аудиовизуальных медиа. Значимыми с позиции формирования аксиологических ориентиров становятся журналы для родителей, которые аккумулируют традиции женской и педагогической периодики в репрезентации проблем института семьи. Этот период характеризуется существованием разноплановых изданий для родителей, отдельные издания поднимают проблемы семей с детьми, другие – посвящены узкоспециализированным проблемам родительства – приемным семьям, семьям с особыми детьми и т.д. Тематическими доминантами являются проблемы питания, здоровья, воспитания и социализации детей, ментальное здоровье семьи, суррогатное материнство, семейно-бытовые конфликты и т.д.

Основные аксиологические постулаты – ценности родительства, семейной коммуникации, взаимообогащения, заботы, диалога, воспитания и социализации детей.

Тема семейных ценностей также представлена в медиаповестке радио и телевидения. Функционально-жанровые особенности фамилистического дискурса аудиальных и аудиовизуальных медиа обусловлены существованием самых разных программ на радио и телевидении, они выходят в формате ток-шоу, тематической рубрики внутри программы, авторской программы, аудиоподкаста, при этом актуализируя и освещая проблемы института семьи и предлагая различные сценарии их решения. Основными тематическими вопросами просемейных медиапроектов радио и телевидения становятся воспитание и социализация подрастающего поколения, внутрисемейная коммуникация, поддержание доверительных и гармоничных отношений, семейное устройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. В последние годы медиа транслируют ценности многодетности, репродуктивного здоровья, приемного родительства.

Фамилистический медиадискурс формируется также и рекламными сообщениями: народный лубок транслирует ценности патриархальной семьи и родительства, показывает болевые точки института семьи, такие как проблема супружеской неверности, вопросы взаимоотношений отцов и детей, супругов, сохранение здоровья семьи, сложность поиска спутника жизни и создания крепкой семьи. Советский пропагандистский плакат акцентировал внимание на ценностях материнства и детства, образ счастливого советского ребенка являлся одним из центральных. Главными его темами стали борьба с беспризорностью, воспитание детей-сирот погибших воинов, медицинский уход за новорожденными и квалифицированные роды. В современной социальной рекламе семейные ценности чаще всего представлены в видеороликах и баннерах. Среди важных тематических акцентов следует выделить популяризацию образа многодетной семьи, полной расширенной семьи, репродуктивного здоровья, концепции «ответственного родительства».

В условиях становления гражданской журналистики функцию трансляции семейных ценностей реализуют просемейные блоги, они становятся популярным каналом получения новых фактов и сведений об институте семьи. Структурно-содержательные характеристики просемейных блогов существенно отличаются: блогер выбирает отдельную тематическую нишу. Для просемейного блога характерен синтез разговорного и публицистического начал, игнорирование ряда языковых норм, эмоциональность и полемичность, что является средством поддержания интереса аудитории к интернет-ресурсу. Мотивы ведения блога неразрывно связаны с удовлетворением потребностей, которые имеются у автора интернет-страницы: с гедонистическими, самореализации, аффилиативными, финансовыми, релаксационными, властными, когнитивными, эмоциональными. Важным мотивом ведения блога является шерентинг – демонстрация родительства, который является следствием доминирования модели ответственного родительства.

Фамилистический медиадискурс обладает определенным образовательным потенциалом, который выражается с одной стороны, в способности журналистского сообщества повышать качество публикаций семейной направленности, расширять тематический спектр сообщений, тем самым привлекая внимание к проблемам института семьи и закрепляя у аудитории значимые аксиологические постулаты, а с другой стороны, в возможности формировать фамилистические компетенции у будущих специалистов сферы массовых коммуникаций как за счет анализа тиражируемых редакциями просемейных медиапродуктов, так и посредством создания авторских, студенческих проектов, транслирующих ценности семьи, материнства и детства. Эффективным инструментом поддержки семейных ценностей могут выступать конкурсы социальной рекламы, чаще всего они проводятся с привлечением студентов ссузов и вузов, учащихся школ и колледжей. Фестивально-конкурсная деятельность позволяет вовлечь детей и молодежь в коммуникацию по проблемам семьи как социального института. Образовательный потенциал фамилистического медиадискурса реализуется в

нескольких направлениях: ценностно-мировоззренческом – формирование фамилистических компетенций специалиста медиасферы основано на становлении его собственных взглядов, мотивов и аксиологических установок; деятельностно-прагматическом – совершенствование профессиональных навыков, технологий, методик будущих специалистов сферы массовых коммуникаций; диагностическом – определение сформированности фамилистических компетенций через анализ авторских социальных медиапроектов.

Ценности семьи сегодня выступают как особый национальный базис, объединяющий социум и ведущий к возвращению традиционных основ и духовно-нравственному оздоровлению нации. Одной из актуальных проблем современного общества является сохранение традиционного института семьи, семейных ценностей. Медиа принадлежит значимая роль в продвижении просемейных аксиологических ориентиров, они в процессе трансляции ценностей ориентируется как на традиции прошлого, так и использует новаторские технологии и приемы, что позволяет делать вывод о развитости и сформированности фамилистического медиадискурса, его содержательной наполненности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова Е.С. Массмедийный дискурс: сущность и особенности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12 (42). Ч. I. С. 17-19.
2. Автаева Н.О. Популяризация семейного чтения отечественными литературно-художественными и детскими журналами // Коммуникативные стратегии СМИ: теоретические подходы и новые реалии. Сборник материалов науч.-практич. конф. Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2020. С. 34-43.
3. Автаева Н.О., Савинова О.Н. Семейные ценности в отечественном медиадискурсе. Монография. Н. Новгород: ННГУ, 2022. 177 с.
4. Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий: Монография. Иркутск: Книга, 1985. 91 с.
5. Акопов А.И. Отечественные специальные журналы 1765-1917. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 1986. 128 с.
6. Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический вестник Ростовского университета. 2000. № 1. С. 42-44.
7. Акутина С.П. Семейные духовно-нравственные ценности и их воспитание у старшеклассников в условиях взаимодействия семьи и школы. Н. Новгород: НГПУ, 2009. 283 с.
8. Акутина С.П. Семейный уклад в воспитании духовно-нравственных ценностей школьников // Ярославский педагогический вестник. 2009. № 2. С. 51-54.
9. Акутина С.П. Формирование у старшеклассников семейных духовно-нравственных ценностей во взаимодействии семьи и школы: дисс... д-ра пед. наук: 13.00.01. Нижний Новгород: НГПУ, 2010. 660 с.
10. Алексеева М.И. Советские детские журналы 20-х годов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. 132 с.
11. Алефиренко Н.Ф. Когнитивно-дискурсивная парадигма языкового знака // Язык. Текст. Дискурс: научный альманах. 2009. Вып. 7. С. 7-17.
12. Анисимов С.Ф. Ценности реальные и мнимые. М.: Мысль, 1970. 181 с.

13. Антонов А.И. Демографические процессы в России XXI в. М: ИД «Грааль», 2002. 168 с.
14. Антонов А.И. Депопуляция и кризис семьи в постсоветской России: кто виноват и что делать? // Вестник МГУ. Сер. Социология и политология. 1995. № 2. С. 75-84.
15. Антонов А.И., Медков В.М., Архангельский В.Н. Демографические процессы в России XXI века. М.: Издательский дом «Грааль», 2002. 168 с.
16. Антонов А.И., Медков В.М. Социология семьи. М.: МГУ, 1996. 386 с.
17. Антонов А.И. Микросоциология семьи (методология структур и процессов): учеб. пособие для вузов. М.: Изд. Дом «Nota Bene», 1998. 360 с.
18. Антонов А.И., Сорокин С.А. Судьба семьи в России XXI века. Размышления о семейной политике, о возможности противодействия упадку семьи и депопуляции. М.: Грааль, 2000. 416 с.
19. Антропова В.В. Духовность как проблемное поле современного медиапространства в аспекте аксиологии журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. № 9. С. 73-79.
20. Антропова В.В. Стратегии организации гуманистически-ориентированного информационного пространства в региональных СМИ // Медиа в современном мире. 62 Петербургские чтения. В 2-х томах. Т. 1. СПб.: ООО «Медиапир», 2023. С. 7-8.
21. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Мотивация пользователей Интернет // 2-ая Российская конференция по экологической психологии. М.: Экопсицентр РОСС, 2000. С. 245-246.
22. Ахмадулин Е.В., Овсепян Р.П. История отечественной журналистики XX века. Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2008. 416 с.
23. Ахмадулин Е.В. Типология специализированных изданий // Методология и методы исследования журналистики и медиакоммуникаций: монография. Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2023. С. 85-98.
24. Баталова Р. Роды человеческие // Женщина и Россия. 1980. № 1. С. 41-50.

25. Баутина П.В. Журналистика как средство конструирования социальных проблем (по материалам федеральной и региональной печати современной России): дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. Казань: КГУ, 2009. 195 с.
26. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
27. Башурова А.М. Особенности детской журналистики России XVIII-XIX вв. // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2007. № 2. С. 150-152.
28. Безуглова М.Н., Зубенко А.А. Медиапроект как бизнес цифровой эпохи // Экономика, управление, финансы: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февр. 2016 г.). Краснодар: Новация, 2016. С. 68-70.
29. Белковский С.В. Концепт «семья» в современной массовой российской прессе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 4(2). С. 193-199.
30. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: УРСС, 2002. 446 с.
31. Бергер П.Л. Социальное конструирование реальности: Трактат по социол. знания. М: Моск. филос. фонд, 1995. 322 с.
32. Бережная М.А., Корконосенко С.Г. Дискурсы идентичности в медиа: социальная интеграция и дезинтеграция // Culture. 2016. № 13. С. 97-110.
33. Бережная М.А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса: дисс... д-ра филол. наук. СПб.: СПбГУ, 2009. 396 с.
34. Бережной А.Ф. К истории отечественной журналистики (конец XIX – начало XX вв.). СПб.: Изд-во СПбГУ, 1998. 137 с.
35. Березецкая М.И. Особенности современного родительского поведения в условиях информационного общества // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2019. №4. С. 105-112.
36. Березовая А.Ю. Фамилизм как система ценностей российской семьи: региональный аспект: дисс... канд. социол. наук: 22.00.06. Волгоград: ВГМУ, 2017. 220 с.

37. Беседа о социальной журналистике // Культурная Эволюция: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://yarcenter.ru/articles/society/beseda-o-sotsialnoy-zhurnalistike-44677/>. Дата обращения: 30.01.2022.
38. Бессчетнова О.В. Семья и семейный образ жизни в системе ценностей студенческой молодежи // Семья в России. 2008. № 2. С. 20-27.
39. Бландова М. К вопросу об аборте // Мир женщины. 1914. № 10. С. 11-12.
40. Блог «8 раз мама» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/8razmama7pogodok>. Дата обращения: 22.06.2023.
41. Блог «Батя в шоке» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dzen.ru/batya_v_shoke. Дата обращения: 22.06.2023.
42. Блог «Блог приемной мамы. Жизнь минимишких» // ВКонтакте [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vk.com/club111650613?ysclid=lljw45xzh9362848258>. Дата обращения: 22.06.2023.
43. Блог «Бобры из Бразилии» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/blogbobra>. Дата обращения: 22.06.2023.
44. Блог «Будни и сказки мамы троих» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dzen.ru/budni_i_skazki_odnoj_mamy. Дата обращения: 22.06.2023.
45. Блог «Девушка Фермер» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/pticevod>. Дата обращения: 22.06.2023.
46. Блог «Деревенский дневник очень многодетной мамы» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/id/6217b74643ea74794c3d1305>. Дата обращения: 22.06.2023.
47. Блог «Дети ждут» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UC9MX4iVhsy67vJ4vOuvWIFA>. Дата обращения: 22.06.2023.
48. Блог «Дневник матушки. Наша жизнь в деревне» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://www.youtube.com/channel/UCk5dTBW2YoH1W0zLkfj26OQ>. Дата обращения: 22.06.2023.

49. Блог «Дневник приемной мамы» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCsrY6LKdA4utl038xntzaLQ>. Дата обращения: 22.06.2023.

50. Блог «Жубревы LifeVlog» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCBIr95BnuLJ9ZPPKbjtOeaA>. Дата обращения: 22.06.2023.

51. Блог «Игрушкин ТВ» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCVF9-aelWI3oGRtmIKZueaA>. Дата обращения: 22.06.2023.

52. Блог «Как стать счастливым?» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/mleks>. Дата обращения: 22.06.2023.

53. Блог «Клуб повседневности» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/alanakit>. Дата обращения: 22.06.2023.

54. Блог «Лиλιана Романова» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/@user-zm1hz9hd5y/videos>. Дата обращения: 22.06.2023.

55. Блог «Любовь и семья» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCI0Rx0zr5uBzZkX9DDl5vNw>. Дата обращения: 22.06.2023.

56. Блог «Мама на кухне» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCOzj10LyWinyynnYAAk3cI5A>. Дата обращения: 22.06.2023.

57. Блог «Мать ненормальная» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/id/5ddca83ccf927e718e2e4630>. Дата обращения: 22.06.2023.

58. Блог «Многодетная МАМА на удаленке» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/mamamnog>. Дата обращения: 22.06.2023.

59. Блог «Морена. Морана» // LiveJournal [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://morena-morana.livejournal.com/>. Дата обращения: 22.06.2023.

60. Блог «Муж, жена... свекровь и теща» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/id/5ee8cca6bd4cf31ac0cb4b08>. Дата обращения: 22.06.2023.
61. Блог «Оксана Давлетова» // ВКонтакте [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vk.com/id185877867?ysclid=lljusrrswg507647197>. Дата обращения: 22.06.2023.
62. Блог «Ольга Васильевна Паршикова» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCgC3hNc3o9nlgKFVRZ-Xsbg>. Дата обращения: 22.06.2023.
63. Блог «Полина Завьялова. Лайфхаки семейной жизни» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.youtube.com/@polina_zavyalova. Дата обращения: 22.06.2023.
64. Блог «Попутчица» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dzen.ru/olga_poruti. Дата обращения: 22.06.2023.
65. Блог «Разведенец с 3 прицепами» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/id/5d45bbce35ca3100ace4e2a7>. Дата обращения: 22.06.2023.
66. Блог «Синдром Дауна и многомать» // Дзен [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dzen.ru/kust_tochka. Дата обращения: 22.06.2023.
67. Блог «Счастливая семья» // Telegram [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://t.me/s/blogfamily>. Дата обращения: 22.06.2023.
68. Блог «Тройняшкин ПАПА» // YouTube [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCMalhZLzosRoN-tgh2crG1A>. Дата обращения: 22.06.2023.
69. Блони́на Е. Условия полного освобождения работниц и крестьянок // Коммунистка. 1920. № 3-4. С. 21-24.
70. Богданова Д.А. Sharenting – родительская любовь или безответственность? // Народное образование. 2019. №1. С. 183-190.
71. Боголюбов К.М. Советские журналы. М.: Госполитиздат, 1958. 79 с.

72. Бодалев А.А. Личность и общение. М.: Международная педагогическая академия, 1995. 328 с.
73. Боннер-Смеюха В.В. Типологическая характеристика современных российских журналов для женщин // Филологический вестник РГУ. 2000. № 2. С. 34-47.
74. Борботько В.Г. Элементы теории дискурса. Грозный: Изд-во Чечено-Ингуш. гос. ун-та, 1981. 112 с.
75. Борисов В.А. Депопуляция в России: причины и следствия, пути преодоления // Демографические процессы и семейная политика: региональные проблемы: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. С. 72-79.
76. Борисов В. Нужен ли прирост населения // Семья и школа. 1989. № 9. С. 21.
77. Бородина Т.С. Журналистика как социальный бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://vernsky.ru/pubs/5735/Zhurnalistika_kak_sotsialnyy_biznes. Дата обращения: 09.04.2023.
78. Бочинина М.А. Советские массовые журналы двадцатых – тридцатых годов (на опыте «Красной Нивы», «Прожектора», «Огонька»): автореф. дисс... канд. ист. наук: 07.00.10. М.: МГУ, 1985. 21 с.
79. Бреева Е.Б. Дети в современном обществе. М.: Эдиториал, 1999. 211 с.
80. Брожик В. Марксистская теория оценки. М.: Прогресс, 1982. 188 с.
81. Брюханцева Н.В. Идеалы, идолы и ценности в современном медиапространстве // Медиаобразование: от теории – к практике: сборник II всерос. науч.-практ. конф. Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2008. С. 18-25.
82. Буракова С. В России стали реже усыновлять детей и чаще возвращать их в детдома. Исследование «Если быть точным» // Нужна помощь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nuzhnapomosh.ru/media/post/v-rossii-stali-rezhe-usynovlyat-detej-i-chashhe-vozvrashhat-ih-v-detdoma-issledovanie-esli-byt-tochnym/?ysclid=lldoe43mvw22989258>. Дата обращения: 16.08.2023.

83. Бурцев С.А. Трансформация систем ценностей в переходном обществе: дисс... канд. филос. наук: 09.00.01. М.: РГУТиС, 2008. 174 с.
84. Буслаев Ф.И. О воспитании в начальном обучении русскому языку // Библиотека для воспитания. 1845. Ч. 1. Отд. 2. С. 5-47.
85. Варламова С.Н. Семья и дети в жизненных установках россиян // Социологические исследования. 2006. № 10. С.61-73.
86. Вартанова Е.Л., Аникина М.Е., Гуреева А.А., Дунас Д.В. Предметно-объектное поле отечественных медиаисследований: метатеоретический подход // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 3. С. 455-468.
87. Вартанова Е.Л., Гладкова А.А. Цифровое неравенство, цифровой капитал, цифровая включенность: динамика теоретических подходов и политических решений // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 1. С. 3-29.
88. Вартанова Е.Л. Концепция модернизации и СМИ // СМИ в меняющейся России. М.: Аспект Пресс, 2010. С. 22-34.
89. Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.
90. Василенко И.А. Актуальность изучения рекламы ценности семьи в условиях трансформации ценностных ориентаций современного общества // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. 2009. № 1. С. 274-276.
91. Васильева Л.И. Технология формирования фамилистической компетентности будущего учителя: на материале подготовки учителя биологии, географии, химии: дисс. ... канд. пед. наук. Курск: КГУ, 2008. 259 с.
92. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
93. Велим Е.С. Языковые особенности в структуре современного молодежного масс-медийного дискурса: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. Тверь: ТвГУ, 2015. 174 с.
94. Верби Ю. «Нам полгода, мы кушаем». О происхождении шерентинга – страсти к демонстрации своего ребенка в соцсетях [Электронный ресурс]. Режим

доступа: <https://m.lenta.ru/articles/2015/10/27/sharenting/>. Дата обращения: 27.02.2022.

95. Верещагина А.В. Трансформация института семьи и демографические процессы в российском обществе: дисс... д-ра соц. наук: 22.00.04. Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2009. 419 с.
96. Викулова Л.Г. Издательский дискурс в системе общения «автор – издатель – читатель» // Вестник ИГЛУ. 2012. № 2(18). С. 63-69.
97. Виноградский В.Г. Социальная организация пространства. Философско-социологический анализ. М.: Наука, 1988. 187 с.
98. Виртин М. Немножко кухни // Журнал для хозяек. 1926. № 3. С. 2.
99. Вишневский А.Г. Эволюция российской семьи // Экология и жизнь. 2008. № 8. С 8-13.
100. В.К-вич. Из связки старых писем // Мир женщины. 1915. № 7-8. С. 12-14.
101. Воинова Е.А. Формирование доверия в условиях новой коммуникативности // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия. сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: МГУ, 2020. С. 418-419.
102. Войтищенко Е.В., Самусев, Р.А. Блог как жанр интернет-дискурса (на материале белорусскоязычных блогов) // Беларусь в современном мире. Гомель: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2016. С. 124-126.
103. Волжина О.И. Семья как социокультурная ценность: дисс... д-ра. соц. наук: 22.00.04. М, 2002. 311 с.
104. Воронкевич А.С. Иллюстративные еженедельники в России (1808-1904 гг.). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1985. 52 с.
105. В России наблюдается новый эпизод демографической катастрофы // Телеканал Сталинград [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/wall-172089649_553567?ysclid=llcdg0lgac44492987. Дата обращения: 16.08.2023.
106. Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: Педагогика-Пресс, 1996. 536 с.

107. Выжлецов Г.П. Аксиология в системе философского знания // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2010. № 4. С. 34-39.
108. Выжлецов Г.П. Аксиология культуры. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. 150 с.
109. Вьюгин Ф.А. Спасибо товарищу Сталину // Работница и крестьянка. 1937. № 4. С. 26.
110. Гаврилюк В.В., Трикоз Н.А. Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации // Социологические исследования. 2002. № 1. С. 96-104.
111. Галичкина Е.Н. Статус блога как феномена сетевой компьютерной коммуникации // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2009. № 5 (2). С. 112-122.
112. Галкина И.А., Тепер Е.М. Педагогические условия воспитания интереса к чтению у детей старшего дошкольного возраста // Вопросы дошкольной педагогики. 2020. № 2 (29). С. 1-4.
113. Гартман Н. Этика. СПб.: Фонд Университет: Владимир Даль, 2002. 707 с.
114. Гаспарян Ю.А. Семья на пороге XXI века: социологические проблемы. СПб.: Петрополис, 1999. 320 с.
115. Гвенцадзе М.А. Прагматические аспекты классификации и структурирования текстов: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Тбилиси, 1986. 49 с.
116. Гибадуллин Н.В. Формирование семейных ценностей у детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в условиях замещающей семьи: дисс... канд. педагог. наук: 13.00.01. Омск: ОГПУ, 2015. 293 с.
117. Глушкова А.Е. Роль современной российской семьи в формировании и сохранении социальных ценностей: дисс... канд. филос. наук: 09.00.11. Чита: ЗабГГПУ, 2011. 149 с.
118. Гноевая О.Н. Становление готовности старших учащихся к семейной жизни в условиях деятельности психолого-педагогического отделения реабилитационного центра: дисс... канд. пед. наук: 13.00.01. Петропавловск-Камчатский: ДВГГУ, 2006. 229 с.

119. Голод С.И. Семья и брак: историко-социологический анализ. СПб.: Петрополис, 1998. 272 с.
120. Голод С.И. Современная семья: плюрализм моделей // Социологический журнал. 1996. № 3-4. С. 99-108.
121. Голубева В. Обратная сторона медали // Женщина и Россия. 1980. № 1. С. 51-60.
122. Горбакава Л.Р. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // International journal of advanced studies in language and communication. 2022. №1. С. 63-70.
123. Горбунова Т.С. От главного редактора // Образование детей особой заботы. 2012. № 1. С. 2.
124. Гордеева А.В., Зотова Ю.С. Мотивационно-ценностная сфера авторов интернет-дневников // Методологія досліджень та сучасні соціальні, економічні і психологічні проблеми розвитку суспільства / Под ред. Л.Л. Марковой. Донецк. 2009. С. 28-33.
125. Гордеева Е.Ю. Детская литература в России на рубеже XIX-XX веков (по материалам «Известий книжных магазинов Товарищества М.О. Вольф») // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. 2013. № 4(2). С. 207-213.
126. Горичева Т. Антивселенная советской семьи // Мария. 1982. № 2. С. 35-37.
127. Горичева Т. Ведьмы в космосе // Мария. 1981. № 1. С. 9-13.
128. Горохов В.М., Гринберг Т.Э. Гуманизация массовых информационных процессов в рамках открытого общества // Вестник Московского университета. 2003. № 4. С. 22-27.
129. Горяченко С.Л. Семейная память как составная часть историко-культурного наследия // Нижегородский Музей: общество, история, культура. 2006. № 9-10. С. 12-32.
130. Гребенина А.М. Журналы для семейного чтения. Актуальные проблемы журналистики // Вестник Московского университета. 1998. № 2. С. 45-51.

131. Громова Л.П. Благотворительность как социальная функция СМИ // Социальная журналистика как общественная деятельность: опыт и научные исследования в России, США и странах Северной Европы (17-18 марта 2014 г.). СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2014. С. 22-25.
132. Гурко Т.А. Брак и родительство в России. М.: Институт социологии РАН, 2008. 324 с.
133. Давлятова С.В., Кужелева Е.В. Социальная реклама в интересах информирования общества о современных социальных проблемах семьи и детства // Научные исследования и разработки молодых ученых. 2015. № 3. С. 85-87.
134. Давыдов С.А., Рогова А.М. Формирование семейных ценностей молодого поколения в период трансформации хозяйственной системы (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области). СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2010. 131 с.
135. Дармодехин С.В. Семья в системе социальных отношений современного общества. М.: ФГНУ «Ин-т семьи и воспитания» РАО, 2014. 183 с.
136. Девярых С.Ю. Феномен родительства: социально-психологический аспект: монография. Витебск: ВГУ им. П.М. Машерова, 2005. 104 с.
137. Девярых С.Ю. Фамилизм как интегральное личностное образование // Сборник конференций НИЦ Социосфера. 2011. № 43. С. 16-19.
138. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
139. Демографическая модернизация России, 1900–2000 / Под ред. А.Г. Вишневого. М.: Новое издательство, 2006. 608 с.
140. Демография // Росстат [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781>. Дата обращения: 16.08.2023.
141. Деонтология и этика в современном медиадискурсе. К 90-летию Г.В. Лазутиной / Отв. ред. Е.Л. Варганова, О.В. Смирнова, Т.И. Фролова. М.: Аспект Пресс, 2024. 226 с.
142. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. 102 с.

143. Дзялошинский И.М. О новом подходе к проблемам коммуникации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.dzyalosh.ru/03-08-Drugie-Materiali/O_Novom_Podchode.pdf. Дата обращения: 07.04.2023.
144. Дзялошинский И.М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2017. 412 с.
145. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. № 13. Вып. 22. С. 181-187.
146. Довгалева А.И. Семейное воспитание приемных детей. М.: Учпедгиз, 1948. 111 с.
147. Дорон Е. Кто виноват? // Мария. 1982. № 3. С. 56-59.
148. Дубских А.И. Масс-медиаальный дискурс: определение, характеристики, признаки // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. 2014. № 1. С. 131-136.
149. Дюльдина Ж.Н., Шустова Л.П. Категории «ценность» и «семейные ценности» в философских, психологических и социально-педагогических науках // Современные наукоемкие технологии. 2016. № 1(11). С. 96-99.
150. Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения // Социологические исследования. 1991. № 2. С. 109-111.
151. Евская. Мужа своего переделала: картинки быта // Делегатка. 1923. № 9. С. 6-7.
152. Евтеева. Детям – нашу любовь и заботу! // Работница. 1943. №. 6-7. С. 10-11.
153. Ежова Е.Н. Медиа-рекламная картина мира: структура, семиотика, каналы трансляции: дисс... д-ра филол. наук: 10.01.10. Воронеж: ВГУ, 2010. 654 с.
154. Елькина О.М. К вопросу о полимотивированности личности блогера как участника компьютерно-опосредованной коммуникации // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. 2013. № 6. С. 136-143.

155. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI в.). Чита: ЗабГУ, 2009. 297 с.
156. Ерофеева И.В. Аксиосфера современных СМИ: специфика и компоненты конструирования // Вестник Волгоградского государственного университета: Серия 8 «Литературоведение», «Журналистика». 2009. Вып. 8. С. 132-140.
157. Ерофеева И.В. Общественный идеал в пространстве современного медиатекста: необходимость и возможный инструментарий реализации // Журналистика в мире политики: модель для будущей России: материалы секционного заседания Дней философии в Петербурге-2010. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2011. С. 38-46.
158. Есикова Е.М. Журнал «Огонек» в контексте переходных эпох: 1905-1917 и 1986-1991: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МПГУ, 2011. 139 с.
159. Есин Б.И. Еще раз о типологии // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 6. С. 65-70.
160. Ефимов Е.Г. Блоги как вид социальных интернет-сетей: гендерный аспект // Известия Волгоградского государственного технического университета. Серия: Проблемы социально-гуманитарного знания. 2012. № 3(90). С. 50-53.
161. Жарков А.Д. Теория и технология культурно-досуговой деятельности: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. М.: Изд. дом МГУКИ, 2007. 480 с.
162. Желтухина М.Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие – восприятие – интерпретация // Язык, сознание, коммуникация: сб. ст. М.: МАКС Пресс, 2003. Вып. 23. С. 38-51.
163. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиаального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. М.: ИЯ РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 654 с.
164. Жерняков А.М. Понятие «ценность» в социально-философском осмыслении действительности: дисс... канд. философ. наук: 09.00.11. М.: МГУ, 2008. 226 с.

165. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежи: монография. М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. 243 с.
166. Жукова А.В. Женская пресса как фактор социализации личности: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. СПб.: СПбГУ, 1999. 174 с.
167. Журавлев А.Л. Взаимодействие социально-психологических экономических феноменов в изменяющемся обществе // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М., 1998. С. 11-37.
168. Журавлев М.А. Социальная журналистика как направление современной журналистики // Материалы научно-практич. конф. «Современные СМИ и реклама: тенденции, перспективы развития». Луганск: Книта, 2019. С. 25-29.
169. Журнал «9 месяцев», 2001. № 6. 2003. № 1. 2010. № 1. 2015. № 2. № 3. № 4.
170. Журнал «Библиотека для воспитания». 1843. Ч. 1. Отд. 3. 1844. Ч. 1. Отд. 2. Ч. 1. Отд. 3. 1845. Ч.1. Отд. 2. Ч. 3. Отд. 2. 1846. Ч. 3. Отд. 2.
171. Журнал «Дамский журнал». 1823. № 4. № 6. № 18. № 19. № 22. 1824. № 7.
172. Журнал «Дети дома». 2010. № 1. № 2. 2011. № 2. № 4. 2012. № 3. 2012. № 4.
173. Журнал «Дети как дети». 2005. № 4. 2006. № 5. 2008. № 6. 2010. № 7. 2011. № 8. 2012. № 9.
174. Журнал «Детский дом». 2012. № 44. № 45. 2013. № 46. № 47. № 48. № 49.
175. Журнал «Дошкольное образование». 1928. № 1. № 3. № 4. № 7.
176. Журнал «Женское дело». 1911. № 2. № 7. № 12. 1913. № 6. № 14. 1914. № 9.
177. Журнал «Женский журнал». 1926. №2. № 4. № 5. 1928. № 1. № 9. 1929. № 9.
178. Журнал «Женщина». 1907. № 1. № 2. № 6. 1914. № 3. № 4. № 6.
179. Журнал «Женщина и Россия» (позднее – «Мария»). 1980. № 1. 1981. № 1. 1982. № 2. № 3. № 4.
180. Журнал «Журнал для хозяек». 1926. № 1. №2. № 3. № 5. № 6. № 12.

181. Журнал «Мир женщины». 1913. № 2. № 9-10. № 20. 1914. № 5. № 7-8. 1915. № 7-8.
182. Журнал «На помощь матерям». 1898. № 2. № 5. 1901. № 1. № 3. 1902. № 2. № 5.
183. Журнал «Нива». 1870. № 1. 1896. № 2. № 10. № 15. № 16. 1904. № 50.
184. Журнал «Огонек». 1924. № 14. 1929. № 23. № 29. 1932. № 28. 1938. № 3. № 6. 1941. № 1-46. 1944. № 1-42. 1950. №1-52.
185. Журнал-онлайн Мама.ру [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mama.ru/>. Дата обращения: 13.02.2022.
186. Журнал-онлайн «Семья.ру» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.7ya.ru/>. Дата обращения: 13.02.2022.
187. Журнал-онлайн «Семья и школа», [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://семьяишкола.рф/>. Дата обращения: 13.02.2022.
188. Журнал-онлайн «Счастлива в семье» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vmeste-rastem.ru/zhurnal-schastliva-v-seme/>. Дата обращения: 13.02.2022.
189. Журнал-онлайн Упапаша.ру [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://upapashi.narod.ru/index.htm/>. Дата обращения: 13.02.2022.
190. Журнал-онлайн «Экология семьи» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://russian-family.com/1-nomer>. Дата обращения: 13.02.2022.
191. Журнал-онлайн Parents.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.parents.ru/>. Дата обращения: 13.02.2022.
192. Журнал «Родные люди». 2010. № 6 (6). 2011. № 2 (8). № 3 (9). № 4 (10). № 5 (11). № 6 (12).
193. Журнал «СиД». 2021. № 4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://deti.timchenkofoundation.org/wp-content/uploads/2021/12/SiD-mag_21-04.pdf?utm_medium=email&utm_source=UniSender&utm_campaign=264872627&utm_content=sid15. Дата обращения: 21.03.2022.

194. Журнал «СиД». 2018-2021. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.ccp.org.ru/wp-content/uploads/2018/08/sid_n1_2018.pdf. Дата обращения: 21.03.2022.
195. Журнал «Работница». 1943. № 3. №. 6-7. 1944. № 3. №. 6-7. 1945. № 1. № 2-3.
196. Журнал «Работница и крестьянка». 1925. № 3. № 6. 1926. № 2. № 4. № 7. № 11. 1936. № 4. № 6. № 7. № 21. 1937. № 12. № 24.
197. Журнал «Семья и школа». 1946. № 1. 1950. № 7. № 11. 1957. № 1. № 3. 1989. № 9.
198. Журнал «Советская женщина». 1945. № 1. 1946. № 3. № 10. № 11. 1954. № 2. № 11.
199. Журнал «Счастливые родители». 2012. № 10. № 11. № 12. 2013. № 1. 2015. № 3. № 3.
200. Завгородний Д.А. Семейные ценности и ориентации российской молодежи в условиях демографического кризиса: факторы влияния и тенденции развития: дисс... канд. соц. наук: 22.00.04. Краснодар: Краснодар. ун-т МВД России, 2014. 157 с.
201. Загидуллина М.В. Диалог, пропаганда, ценности и СМИ: о победе наррации в современном информационном поле России // Известия Уральского федерального университета. Проблемы образования, науки и культуры. 2015. Т. 138. № 2. С. 37-42.
202. Задачи журнала «Семья и школа» // Семья и школа. 1946. № 1. С. 2-3.
203. Закон Республики Саха (Якутия) от 14 марта 2016 года 1604-З № 737-V «Об ответственном родительстве (с изменениями на 24 декабря 2020 года) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/26760667/?ysclid=llh0afvliw909520521#friends>. Дата обращения: 20.03.2022.
204. Замотина Н.Н., Иванова Т., Фролова Т.И. Медиарепрезентация альтернативных форм брачно-семейных отношений в онлайн СМИ // Гендер и СМИ. Ежегодный научный журнал. 2018. № 9. С. 75-97.

205. Замотина Н.Н. Семья в российской журнальной периодике: информационные практики в контексте антикризисных стратегий // Медиаскоп [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1687>. Дата обращения: 14.06.2023.
206. Западов А.В., Соколов Е.П. Тип издания как научная проблема и практическое понятие // Вестник Московского университета. Журналистика. 1976. № 2. С. 49-59.
207. Засурский Я.Н. Медiateкст в контексте конвергенции // Язык современной публицистики: сборник статей. М.: Флинта, Наука, 2008. С. 7-12.
208. Зацепина И.А. Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч. Метод. конф. Т. 25. Современ. проблемы массовых коммуникаций. Оренбург, 2010. С. 3194-3197.
209. Зацепина И.А. Понятие, типы и признаки медиапроектов социальной направленности // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы всерос. науч.-метод. конф. Т. 25. Современ. проблемы массовых коммуникаций. Оренбург, 2010. С. 2772–2777.
210. Зборовский Г.Е. Пространство и время как формы социального бытия. Свердловск: Изд-во Свердл. юрид. ин-та, 1974. 221 с.
211. Звоновский В.Б. Социальное освоение пространства повседневности в условиях трансформации общества: дисс... д-ра. соц. наук. Волгоград: ВолГУ, 2013. 368 с.
212. Здравомыслова О.М., Арутюнян М.Ю. Российская семья на европейском фоне. М.: Эдиториал УРСС, 1998. 172 с.
213. Здравомыслова О.М., Кигай Н. Женская тема в средствах массовой информации. М.: Ассоциация журналисток, 2002. 152 с.
214. Здравомыслова О.М. Семья и общество: гендерное измерение российской трансформации. М.: Эдиториал УРСС, 2003. 152 с.

215. Зеленина Е. Как писать о семье и избежать шаблонов. Методическое пособие для журналистов, освещающих семейную тематику. М.: Фонд Андрея Первозванного, 2015. 132 с.
216. Землянова Е.В. Репродуктивное здоровье женщин как фактор рождаемости в России: дисс... канд. эконом. наук: 08.00.05. М.: Ин-т соц.-полит. исслед. РАН, 2003. 134 с.
217. Зернова Л.П. Актуализация семейных ценностей как фактор укрепления российской государственности // Россия: тенденции и перспективы развития. Материалы XV Международной научной конференции / Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 207-211.
218. Зеткина И.А., Николаева Е.А. Семейное чтение в России: в поисках утраченных традиций // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2011. № 3(27). С. 6-10.
219. Зинин Р.В. Специализированные периодические издания в сфере культуры как канал рекламной коммуникации: ценностно-смысловой аспект: автореф. дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. Белгород: БелГУ, 2019. 182 с.
220. Зобова А.А. Провокативность медиапространства: аксиологический аспект // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. 2014. № 1. С. 434-438.
221. Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. 360 с.
222. Иванян Р.Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия (Россия, конец XX – начало XXI веков). дисс... канд. пол. наук: 10.01.10. СПб.: СПбГУ, 2007. 291 с.
223. Игнатова О. Почему в России снова начала падать рождаемость и что с этим делать // Российская газета. 2023. № 13(8958). С. 8.
224. Ильин. Пример сыновней любви // Дамский журнал. 1823. № 22. С. 138-145.
225. Ильченко С.Н. Типологическая идентичность жанровой системы отечественных электронных СМИ: к постановке проблемы // Вестник Санкт-

Петербургского университета. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2014. № 1. С. 248-253.

226. Ильченко С.Н. Ценности «массовой культуры»: перспективы научного осмысления // Вестник Санкт-Петербургского университета. СЕРИЯ 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2008. № 1. С. 110-119.

227. Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samy-e-vazhnye-cifry-i-statistika/>.

Дата обращения: 21.03.2022.

228. Истомина С.В. Ответственное родительство как психологический феномен // Социальная ответственность: проблемы и пути их решения: материалы VII Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица. Екатеринбург: УГПУ, 2015. С. 40-42.

229. История русской журналистики XVIII-XIX веков: Учебник / Под общ. ред. Л.П. Громовой. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2003. 669 с.

230. Кавеева А.Д. Онлайн-сообщества мам в социальной сети «ВКонтакте»: структура и тематика // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2018. № 6(35). С. 39-42.

231. Каверина В.И. Социокультурная адаптация детей-сирот: дисс... канд. филос. наук: 22.00.06. М.: МГПУ, 1997. 121 с.

232. Казак М.Ю., Крылова А.А. Об эстетике журналистского текста // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 18. С. 134-139.

233. Казак М.Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии // Медиалингвистика. 2014. № 1. С. 65-76.

234. Калягина Г. Через века, через года – помните! // ЖурФакт. 2005. №58. С. 5-6.

235. Кант И. Основы метафизики нравственности. Критика практического разума. Метафизика нравов. СПб.: Наука, 1995. 528 с.

236. Кара-Мурза Е.С. Этические проблемы науки и лингвистическая экспертиза // Филология в XXI веке. 2019. № S1. С. 112-116.
237. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
238. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
239. Карлсон А. Общество – семья – личность: социальный кризис Америки: Амер. шк. альтернатив. социологии. М.: Грааль, 2003. 284 с.
240. Карцева В. Довольна ли ваша жена? // Журнал для хозяек. 1926. № 6. С. 2-3.
241. Кац Г.М. Методологические проблемы изучения социальной сферы жизни общества: автореф. дис... д-ра филос. наук: 09.00.01. М.: МГУ, 1988. 45 с.
242. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / Сост. П. Серио; Предисл. Ю.С. Степанова. М.: Прогресс, 1999. 413 с.
243. Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дисс... д-ра филол. наук: 10.02.19. М.: Ин-т языкознания РАН, 2003. 90 с.
244. Кибрик А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания. 2009. № 2. С. 3-21.
245. Киналь А.В., Королева Л.А. Независимый альманах «Женщина и Россия» в СССР // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 3. С. 13-15.
246. Киричек П.Н. Дискурс масс-медиа в периметре социального управления // Современный дискурс-анализ. 2018. № 3-2. С. 218-225.
247. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа: учебник. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2020. 426 с.
248. Киуру К.В. Современный медийный дискурс: дигитализация медиатекста и проблема жанрообразования // Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2017. С. 243-245.

249. Климова Э.Н. Имиджевый дискурс: содержание понятия и интерпретативные возможности в маркетинговых коммуникациях // Вестник АГАУ. 2012. № 2. С. 151-155.
250. Клушина Н.И. Трансформация стилистических и типологических характеристик российского медиадискурса новейшего времени // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1. С. 98–107.
251. Ковалева А.В. Интерпретация системы семейных ценностей и ее компонентов в современном обществе // Ученые заметки ТГОУ. 2010. Т. 2. № 1. С. 28-36.
252. Коваленко Н.П. Ресурсы и проблемы материнства: монография. Архангельск: Изд-во СГМУ, 2012. 145 с.
253. Кожемякин Е.А. Дискурс-анализ как междисциплинарная методология: исторический аспект // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2008. № 2. С. 5-12.
254. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 2 (83). С. 13-21.
255. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. М.: Просвещение, 1983. 223 с.
256. Козлова И. Память, застывшая в веках // ЖурФакт. 2019. №90. С. 1.
257. Колесников Е.В. Понятие «медиа»: критический анализ // Молодой ученый. 2017. № 18 (152). С. 292-296.
258. Колесниченко А.В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестник Московского университета. Серия. 10. Журналистика. 2021. № 1. С. 51-74.
259. Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика. М.: ООО «НИПКЦ. Восход-А», 2014. 325 с.
260. Коломийцева Е.Ю. Женские журналы в сети Интернет // Культурная жизнь юга России. 2008. № 2(27). С. 92-94.

261. Колосова Е.А. Семейное чтение: к определению понятия // Чтение: многообразие возможностей: сборник статей и материалов. СПб.: Российская национальная библиотека, 2017. С. 96-101.
262. Кон И.С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. М.: Прогресс, 1990. 367 с.
263. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект-Пресс, 2001. 288 с.
264. Корконосенко С.Г. Проблема ценностного потенциала современной отечественной журналистики // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 1. С. 318-325.
265. Корконосенко С.Г. Социальность журналистики и медиа: методологические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 3. С. 417-430.
266. Корнилов Е.А. Классификация социокультурных моделей журналистики // Вестник Московского университета. Журналистика. 1999. № 1. С. 3-5.
267. Корнилов Е.А. Типология журналистики. Вопросы методологии и истории. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та, 1987. 160 с.
268. Королев М.Г. Акмеологические основы формирования ответственного родительства // Акмеологические аспекты профессионального и личностного развития субъектов образовательного пространства: матер. обл. науч.-практ. конф. В 4 ч. Ч.1. Витебск: ГУО «ВО ИРО», 2009. С. 74-82.
269. Короткова А.В. Формирование имиджа семьи под влиянием средств массовой информации: социологический аспект: дисс... канд. соц. наук: 22.00.04. М.: МГУС, 2007. 217 с.
270. Красницкая Г., Пронина С. Социальное сиротство: причины и профилактика // ОБЖ. 2002. № 11. С. 57-58.
271. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. 270 с.
272. Красулина Е.С. Стилистические параметры эффективного телевизионного рекламного текста: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МГУ, 2007. 150 с.

273. Кудинова Л.В. Автор – текст – аудитория: проблемы диалога в публицистике: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. Воронеж: ВГУ, 2009. 156 с.
274. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917–2000): Учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2002. 640 с.
275. Кульпин Э.С. Историческая динамика Китая сквозь призму социоестественной истории // Китайская цивилизация в глобализирующемся мире. М.: ИМЭМО, 2014. Т. 1 С. 110-125.
276. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2013. 224 с.
277. Лаува А. Хозяин семьи // Мария. 1981. № 1. С. 39-42.
278. Лебедев А. Что есть Отчество // Отчество [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.patrium.ru/glavnaya/>. Дата обращения: 30.01.2022.
279. Лебедев П.А. Семейное воспитание: учеб. пособие. М.: Академия, 2001. 407 с.
280. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психологическое обозрение. 1998. № 1. С. 13-25.
281. Ле-Пле Ф. Основная конституция человеческого рода: идеи, нравы и учреждения благоденствующих народов: перевод с французского. М.: URSS: Либроком, 2011. 235 с.
282. Литературные журналы в России // Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия «Кругосвет» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru>. Дата обращения: 25.06.2022.
283. Лихачев Д.С. Заметки и наблюдения: из записных книжек разных лет. Л.: Сов. писатель, 1989. 608 с.
284. Лобашов Р.А. Журналистика социального действия на российском телевидении 2000-х годов: форматы, инструменты, механизмы // МедиаАльманах. 2010. № 5. С. 30-38.
285. Лосский Н.О. Ценность и бытие. Бог и Царство Божие как основа ценностей. Париж: YMCA-PRESS, 1931. 136 с.

286. Лотова И.П. Системный подход к изучению семейных ценностей в современном российском обществе // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2015. № 5. С. 62-66.
287. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. 476 с.
288. Мазур Д.Н. Проблема социального сиротства в современном обществе // Молодой ученый. 2019. № 7(245). С. 227-229.
289. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
290. Макарова Е.Е. Популяризация науки и новые информационные технологии // Медиаскоп. 2011. № 4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/966>. Дата обращения: 13.02.2022.
291. Макашина Г. Социальная журналистика как новый тип журналистской деятельности // Методические рекомендации по преподаванию спецкурса «Социальная журналистика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.infohome-altai.ru/node/436^>. Дата обращения: 10.03.2022.
292. Мак-Ким Дональд К. Вестминстерский словарь теологических терминов. М.: Республика, 2004. 503 с.
293. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека; Пер. с англ. В.Г. Николаева. М. Кучково поле, 2003. 462 с.
294. Максимова Т.О. Блог в интернет-коммуникации: структура, функции, литературный потенциал // Вестник Череповецкого государственного университета. Сер. Филологические науки. 2017. № 1. С. 124-131.
295. Мар. Г. Право нерожденных // Мир женщины. 1914. № 5. С. 3.
296. Марченкова А.Ю., Пешехонова Е.С. Американские семейные ценности в дискурсе социальной рекламы // Преподаватель XXI век. 2021. № 3-2. С. 353-359.
297. Марьянчик В.А. Аксиологическая структура медиа-политического текста (лингвостилистический аспект): дисс... д-ра филол. наук: 10.02.01. Архангельск: САФУ, 2013. 382 с.

298. Массмедиа российского мегаполиса: типология печатных СМИ / Под ред. М.А. Шишкиной, Б.Я. Мисонжникова. СПб.: Роза мира, 2009. 323 с.
299. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века. М.: Флинта: Наука, 2004. 368 с.
300. Мацковский М.С. Социология семьи: Проблемы теории, методологии и методики. М.: Наука, 1989. 112 с.
301. Медиапроект «Адреса милосердия» // АНО «Студио-Диалог» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://studio-dialog.moscow/?p=116>. Дата обращения: 22.06.2023.
302. Медиапроект «Дадим Дом Детям» // ННТВ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nntv.tv/?id=433&ysclid=lljxodoqh7515594015>. Дата обращения: 22.06.2023.
303. Медиапроект «Дело дня» // Радиостанция «Вера» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://radiovera.ru/category/podcast/dobroe-del0?ysclid=lljz83nlvw364903254>. Дата обращения: 22.06.2023.
304. Медиапроект «Дети ждут»// Архыз 24 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://arkhyz24.ru/teleproekt/deti-zhdut/?ysclid=lljy4zoi9v336592304>. Дата обращения: 22.06.2023.
305. Медиапроект «Детский вопрос» // Радио России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://deti.radiorus.ru/>. Дата обращения: 22.06.2023.
306. Медиапроект «Дорога домой» // ТВ-Информ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tv-in.ru/nashi-programmy/doroga-domoy.html?ysclid=lljywvi1oy162022781>. Дата обращения: 22.06.2023.
307. Медиапроект «Жду маму» // РТС [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tvrts.ru/news/?tag=%20Ждумаму&ysclid=lljz0qyrd497821787>. Дата обращения: 22.06.2023.
308. Медиапроект «Ищу маму» // «ТВ-Абакан» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://abakan-news.ru/tag/ищу-маму/>. Дата обращения: 22.06.2023.

309. Медиапроект «Общероссийская информационно-поисковая система для усыновителей «Видеопаспорт»» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://videopasport.ru/>. Дата обращения: 22.06.2023.
310. Медиапроект «Особая жизнь» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vk.com/public212807590?ysclid=lljzcktfpx420890948>. Дата обращения: 22.06.2023.
311. Медиапроект «Перекресток жизни» // ОТВ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=crPNPUvV3-E>. Дата обращения: 22.06.2023.
312. Медиапроект «Поезд надежды» // Радио России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://deti.radiorus.ru/hopetrain>. Дата обращения: 22.06.2023.
313. Медиапроект «Право на маму» // «Самара-ГИС» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://samaragis.ru/teleproekty/nashi-peredachi/pravo-na-mamu/?ysclid=lljz2qjt729229071>. Дата обращения: 22.06.2023.
314. Медиапроект «У вас будет ребенок. Когда все дома с Тимуром Кизяковым» // Россия 1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://smotrim.ru/brand/62169>. Дата обращения: 22.06.2023.
315. Медиапроект «Хочу домой» // ГТРК «Кострома» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gtrk-kostroma.ru/tv-projects/project-khochu-domoy/?ysclid=lljyvf29k8326928523>. Дата обращения: 22.06.2023.
316. Медиапроект «Чужих нет» // Богородск-ТВ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=EuLWo1F4TWg>. Дата обращения: 22.06.2023.
317. Медиапроект «Я – Ваш малыш» // ГТРК «Волгоград-ТРВ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.volgograd-trv.ru>. Дата обращения: 22.06.2023.
318. Медиапроект «Я иду искать» // Телеканал «Подмосковье» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=vny8IpWWyhg>. Дата обращения: 22.06.2023.

319. Медиапроект «Я пришел на эту землю» // ГТРК «Алтай» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://deti.educaltai.ru/>. Дата обращения: 22.06.2023.
320. Медиапроект-подкаст «40 000 детей нуждаются в семейном устройстве» // Доброволец [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/e/98xG4P0JXnI>. Дата обращения: 22.06.2023.
321. Медиапроект-подкаст «Больше не сирота» // Служение [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.asim.org/all/bolshe-ne-sirota/>. Дата обращения: 22.06.2023.
322. Медиапроект-подкаст «Вам слово» // «Яндекс. Музыка» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/12018704?activeTab=track-list>. Дата обращения: 22.06.2023.
323. Медиапроект-подкаст «Две полосы» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1502381337>. Дата обращения: 22.06.2023.
324. Медиапроект-подкаст «Детские дома: почему их не должно быть и какие есть альтернативы» // Доброволец [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/7045475/track/81708729?activeTab=track-list&dir=desc>. Дата обращения: 22.06.2023.
325. Медиапроект-подкаст «Забрать ребенка из семьи легко. Сложнее поддержать и сохранить семью» // Доброволец [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/7045475/track/74564514?activeTab=track-list&dir=desc>. Дата обращения: 22.06.2023.
326. Медиапроект-подкаст «Замещающая семья – как альтернатива детским учреждениям для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» // Доброволец [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/7045475/track/90116387?activeTab=track-list&dir=desc>. Дата обращения: 22.06.2023.
327. Медиапроект-подкаст «Зачем нужна школа приемных родителей?» // 7я.ру [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.7ya.ru/article/Zachem-nuzhna-shkola-priemnyh-roditelej/?ysclid=lloasa8g1m189395881>. Дата обращения: 22.06.2023.

328. Медиапроект-подкаст «Инструкция не прилагается» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1496264065>. Дата обращения: 22.06.2023.
329. Медиапроект-подкаст «Как живут приемные семьи» // Осторожно! Дети!» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/e/9Bl-jDvoX1e>. Дата обращения: 22.06.2023.
330. Медиапроект-подкаст «Как сказать ребенку, что он приемный?» // 7я.ру [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.7ya.ru/article/Kak-skazat-rebenku-cto-on-priemnyj/?ysclid=llaoqe4y8a528006894>. Дата обращения: 22.06.2023.
331. Медиапроект-подкаст «Когда это закончится» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1498743528>. Дата обращения: 22.06.2023.
332. Медиапроект-подкаст «Кого можно брать в семью?» // 7я.ру [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/12384440?dir=desc&activeTab=about>. Дата обращения: 22.06.2023.
333. Медиапроект-подкаст «Любить нельзя воспитывать» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1622007687>. Дата обращения: 22.06.2023.
334. Медиапроект-подкаст «Мамакаст» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1457314596>. Дата обращения: 22.06.2023.
335. Медиапроект-подкаст «Мам Мама Маам» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1489519562>. Дата обращения: 22.06.2023.
336. Медиапроект-подкаст «Начинали мы как нормальная семья: опыт приемного родительства» // Мам, я дома [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/24621652/track/112571047?activeTab=track-list&dir=desc>. Дата обращения: 22.06.2023.

337. Медиапроект-подкаст «Никакого правильно» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1488479498>. Дата обращения: 22.06.2023.
338. Медиапроект-подкаст «От социального сиротства до колонии: как вернуть ребенка в общество, если он нарушил закон» // Мам, я дома [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/24621652/track/112925360?activeTab=track-list&dir=desc>. Дата обращения: 22.06.2023.
339. Медиапроект-подкаст «Помощь сиротам в России, усыновление и опека» // Добровольец [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/7045475/track/88863146?activeTab=track-list&dir=desc>. Дата обращения: 22.06.2023.
340. Медиапроект-подкаст «Приемная семья – как родная» // 7я.ру [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.7ya.ru/podcast/adoption/podcast6/?ysclid=lloam6l0wt987848405>. Дата обращения: 22.06.2023.
341. Медиапроект-подкаст «С любовью к детям: Дина Магнат о школе приемных родителей» // Мама может [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/10092473?dir=desc&activeTab=about>. Дата обращения: 22.06.2023.
342. Медиапроект-подкаст «Сперва роди» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1455337111>. Дата обращения: 22.06.2023.
343. Медиапроект-подкаст «Чипсовости» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1517870154>. Дата обращения: 22.06.2023.
344. Медиапроект-подкаст «Школа приемных родителей» // Добровольец [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://music.yandex.ru/album/7045475/track/104313109?activeTab=track-list&dir=desc>. Дата обращения: 22.06.2023.
345. Медиапроект-подкаст «Это надолго» // Podcasts.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podcast.ru/1476364878>. Дата обращения: 22.06.2023.

346. Медiateкст: стратегии – функции – стиль: коллективная монография / Л.И. Гришаева, А.Г. Пастухов, Т.В. Чернышова (отв. ред.). Орел: Орловский государственный институт искусств и культуры, полиграфическая фирма «Горизонт», 2010. 226 с.
347. Мелентьева Ю.П. Семейное чтение: теоретический аспект // Библиосфера. 2011. № 4. С. 11-14.
348. Мельникова О.О. Социальная политика в сфере репродуктивного здоровья и институционализация заботы в советский и постсоветский период // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2011. № 1 (13). С. 52-59.
349. Менджерицкая Е.О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 50-55.
350. Меринов В.Ю. Нравственные основания журналистики // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2017. № 3. С. 140-144.
351. Мехришвили Л.Л. Социальное в системе категорий социальной политики // Вестник Самарского государственного университета. 2006. № 10 (50). С. 55-61.
352. Мещерякова Н.Н. Роль СМИ в конструировании ценностных основ солидарного общественного существования // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. 2012. № 35. Вып. 28. С. 23-28.
353. Микулина И.В. Конфликтогенные тексты СМИ в судебной практике Белгородской области: типологический, лингвоправовой и профессионально-этический аспекты: дисс... канд. фил. наук: 10.01.10. Воронеж: ВГУ, 2011. 227 с.
354. Милославская З.А. Современный текст средств массовой коммуникации в аспекте аксиологии журналистики: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МПГУ, 2018. 222 с.

355. Минаева О.Д. Журналы «Работница» и «Крестьянка» в решении «женского вопроса» в СССР в 1920-1930 гг.: модель пропагандистского обеспечения социальных реформ: монография. М.: МедиаМир, 2015. 232 с.
356. Мисонжников Б.Я. Публицистический дискурс: генезис, идентификация, типология // Теория журналистики: статус научных и учебных дисциплин / Ред.-сост. М.Н. Ким. СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т. 2010. С. 107-141.
357. Михайлова Е.В. Интертекстуальность в научном дискурсе (на материале статей): дисс... канд. филол. наук. Волгоград: Изд-во Волгоград. гос. пед. ун-та, 1999. 206 с.
358. Мищенко В.А. Обзор российской семьи в средствах массовой информации // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013. № 6(16). С. 77-82.
359. Московская Ю.М. Портрет современной семьи и характеристика межпоколенных связей в телевизионной рекламе // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2018. № 1(2). С. 475-483.
360. Мультимедийный медиапроект «Учитель на войне» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://teacheratwar.tilda.ws/>. Дата обращения: 21.03.2022.
361. Наговицина Т.А. Гуманитарная повестка СМИ пенитенциарной системы: теоретический аспект и журналистские практики // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур. Казань: Казанский фед. ун-тет, 2016. С. 163-169.
362. Назайкин А.Н. Эффективный рекламный текст в СМИ: дисс... д-ра филол. наук: 10.01.10. М.: МГУ, 2012. 455 с.
363. Наер В.Л. Прагматический аспект английского газетного текста // Коммуникативные и прагматические особенности текстов разных жанров: сб. науч. тр. М., 1981. С. 108.
364. Найден М.А. Ценностная направленность программ как фактор культурно-просветительского телевидения: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МГУ, 2009. 211 с.

365. Найди меня, мама! Материалы в помощь журналисту / Ред.-сост.: Л. Грибанова, С. Осадчук. М.: АНО «Студио-Диалог», 2006. 130 с.
366. Науменко Т.В. Ценности и их роль в деятельности массовой коммуникации // Credo New. 2007. № 3 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.intelros.ru/2007/08/20/tv_naumenko_cennosti_i_ikh_rol_v_deyatelnosti_ma_ssovojj_kommunikacii.html. Дата обращения: 26.03.2023.
367. Нерсесова Т.Е. Аксиологическая основа медиаконтента как способ формирования субъективного восприятия культурных ценностей общества и их оценки // Медиаскоп. 2011. №2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/835>. Дата обращения: 11.07.2022.
368. Нестеренко А.И. Динамика семейных ценностей: социологический аспект: дисс... канд. соц. наук: 22.00.04. М.: МГУС, 2006. 155 с.
369. Никитенко А.А. Видовая и типологическая дифференциация интернет-СМИ: теория и прагматика: дисс... канд. филол. наук 10.01.10. Воронеж: ВГУ, 2013. 235 с.
370. Никишин И.В. Медиапроект: понятие, типы, жизненный цикл // Молодой ученый. 2019. № 24(262). С. 478-481.
371. Никкарева Е.В. Издание для семейного чтения в системе социальной коммуникации // Человек в информационном пространстве. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2014. С. 40-46.
372. Новейший философский словарь / Сост. А.А. Грицанов. Мн.: Изд. В.М. Скакун, 1998. 896 с.
373. Новиков Н.И. О воспитании и наставлении детей. М.: Директ-Медиа, 2015. 145 с.
374. Об аборте // Работница и крестьянка. 1925. № 3. С. 47.
375. О бедных семействах // Дамский журнал. 1823. № 4. С. 164-166.
376. Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года. В редакции Указа Президента Российской Федерации от 01.07.2014 № 483 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/61461/>. Дата обращения: 06.08.2022.

377. Обзор периодического издания для детей. Журнал «Читайка» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://infourok.ru/statya-obzor-periodicheskogo-izdaniya-dlya-detej-zhurnal-chitajka-5713087.html>. Дата обращения: 11.07.2022.
378. Овсепян Р.П., Засурский Я.Н. История новейшей Отечественной журналистики: Учебное пособие. М.: Изд-во МГУ, 1999. 304 с.
379. О журнале // Советская педагогика. 1937. № 1. С.10-12.
380. Олешко В.Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху? // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 5. С. 113-117.
381. Олифирович Н.И., Зинкевич-Куземкина Т.А., Велента Т.Ф. Психология семейных кризисов. СПб.: Речь, 2006. 360 с.
382. Оломская Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса // Научный диалог. 2013. № 5(17). С. 250-259.
383. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: дисс... д-ра филол. наук: 10.02.19. Волгоград: ВГУ, 2004. 602 с.
384. О нас // Батя [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rusbatya.ru/o-nas/>. Дата обращения: 30.01.2022.
385. О нашем журнале // Советская женщина. 1945. № 1. С. 2.
386. О нашем проекте: Детский вопрос – социальный проект [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://deti.radiorus.ru/about/12>. Дата обращения: 16.02.2022.
387. Орлов Г.А. Современная английская речь. М.: Высшая школа, 1991. 240 с.
388. Осадчая Г.И. Социология социальной сферы: учебное пособие. М.: Академический проект, 2003. 336 с.
389. Ослон В. Холмогорова А. Замещающая профессиональная семья, как одна из моделей решения проблемы сиротства в России // Вопросы психологии. 2001. № 3. С. 79-90.
390. Осорина М.В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых. СПб.: Питер, 2000. 368 с.

391. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 246 с.
392. Открыта подписка на 1915 год // Мир женщины. 1914. № 7-8. С. 33.
393. От редакции // Женщина. 1907. № 1. С. 2.
394. От редакции // Чиж. 1931. № 10. С. 1.
395. Отрощенко А. Двойник моего сына: как был создан главный российский радиопроект по усыновлению [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.miloserdie.ru/article/dvojn timer-moego-syna-kak-byl-sozdanglavnyj-rossijskij-radioproekt-po-usynovleniyu/>. Дата обращения: 22.02.2022.
396. Отчет о научно-исследовательской работе. Место печати и других средств массовой пропаганды в условиях современной научно-технической революции. Т. IV. 1970.
397. Отчет по результатам социологического исследования «Отношение населения к социальной рекламе» ВЦИОМ-Спутник [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.esarussia.ru/upload/medialibrary/1e9/VЦИОМ_Отношение_населения_к_социальной_рекламе_декабрь_2021.pdf. Дата обращения: 02.08.2022.
398. Павлова А. Домашняя библиотека и семейное чтение // Семейное чтение. 2008. № 2. С. 9.
399. Панкеев И.А. Деонтология журналистики как отражение связей ценностей общества и профессиональных журналистских ценностей // Массмедиа и ценностные отношения общества. Сб. науч. статей / Под ред. Г.В. Лазутиной, З.П. Симоновой. М.: МедиаМир, 2013. С. 231-239.
400. Панкеев И.А. Журналистская деонтология: от суммы к системе // Правовые и этические аспекты журналистики. М.: Ф-т журналистики МГУ, 2013. С. 27-35.
401. Панкеев И.А. Этика журналиста: реальность или фикция? // Меди@льманах. 2015. № 2. С. 42-48.
402. Панкратова М.Г. Сельская семья в XX веке: автореф. дисс... д-ра соц. наук: 22.00.04. М.: ИС РАН, 1996. 72 с.

403. Папашины заметки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://upapashi.narod.ru/index.htm>. Дата обращения: 13.02.2022.
404. Первый год «Огонька» // Огонек. 1924. № 14. С. 21-22.
405. Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: учебное пособие. М.: Флинта, Наука, 2011. 155 с.
406. Пидшморга Ю.В. Социокультурное воздействие рекламы на ценности современного российского общества: дисс... канд. культурологии: 24.00.01. Краснодар: КГУКИ, 2009. 262 с.
407. Писарев Н.И. О любви // Дамский журнал. 1823. № 6. С. 213-221.
408. Писачкин В.А. Социология жизненного пространства. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 1997. 176 с.
409. Подоляк Т.В. Медиаэкоэтика: феномен современной журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 2(19). С. 15-28.
410. Полат Е.С. Типология коммуникационных проектов [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://gcro.nios.ru/system/files/klassifikacii_word.pdf. Дата обращения: 24.04.2022.
411. Поликарпова Е. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. Ростов-на-Дону: ИППК при РГУ, 2002. 66 с.
412. Поликарпова Е.В. Медиавоздействия на жизнедеятельность человека: аксиологические аспекты: дисс... канд. филос. наук: 09.00.13. Ростов-на-Дону: СКНЦ ВШ, 2005. 124 с.
413. Полонская Е. Она учила их стоять...// Работница. 1943. №. 6-7. С. 5.
414. Полонский А.В. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления // Современный дискурс-анализ. 2012. № 1. С. 42-56.
415. Полонский А.В. Медийный текст и его статус в современной культуре // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: сборник трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БелГУ, 2016. С. 68-74.

416. Полонский А.В. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова // Русский язык в современном медиапространстве: сборник научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БелГУ, 2009. С. 151-160.
417. Пономарева Е.В. Аксиологическая составляющая коммуникативного пространства медиадискурса (на примере англоязычных интернет-СМИ) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. № 3. С. 198-204.
418. Пономарев Ю.Ю. Аксиологическая функция философии: единство истины, добра и красоты: автореф. дисс... канд. филос. наук: 09.00.01. Киев: КГУ, 1992. 16 с.
419. Попеное Д. Упадок американской семьи (1960–1990): обзор и оценка // Вестник Московского университета, Сер. 18. Социология и политология. 1996. № 3. С. 65-73.
420. Попова В.В. Проблемы семейных ценностей в этико-философской перспективе: дисс... канд. философ. наук: 09.00.05. Тула: ТГПУ, 2012. 181 с.
421. Почепцов Г.Г. Коммуникативные аспекты семантики. Киев: Вища шк., 1987. 131 с.
422. Приступая к изданию нашего журнала... // Нива. Анонс журнала. 1870. № 1. С. 1.
423. Проблематика периодической печати: учеб. пособие / Под ред. Г.С. Вычуб, Т.И. Фроловой. М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2008. 112 с.
424. Проблематика СМИ. Информационная повестка дня: учеб. пособие / Под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. М.: Аспект Пресс, 2008. 215 с.
425. Пром Н.А. Речевые тактики диалогизации и провокативности в жанрах авторской колонки и блога // VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал. 2022. № 2(4). С. 7-18;
426. Пушкарская Е.Ю. Значение иллюстрации на страницах журнала «Нива» // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2010. № 3. С. 132-134.

427. Пушкарская Е.Ю. «Нива» как тип массового энциклопедического семейного журнала: дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. СПб.: СПбГУ, 2011. 198 с.
428. Рабкорка 3-ич. Долой слово «брак»! // Работница и крестьянка. 1926. № 4. С. 30.
429. Работница фабрики «Б». С таким мужем – не по дороге // Делегатка. 1923. № 9. С. 7.
430. Равич С. Борьба с проституцией в Петрограде // Коммунистка. 1920. № 1-2. С. 21-23.
431. Радбиль Т.Б., Рацибурская Л.В., Щеникова Е.В., Жданова Е.А., Самыличева Н.А., Куликова В.А. Русский язык в интернет-коммуникации: лингвокогнитивный и прагматический аспекты: коллективная монография. М.: Флинта, 2021. 328 с.
432. Радугин А.А. Философия: курс лекций. М.: Владос, 1995. 304 с.
433. Распопова С.С. Автор как реальный человек и образ автора в медиатексте // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4. № 2. С. 149-158.
434. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 25.08.2014. № 1618-р «Об утверждении Концепции государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/92699/>. Дата обращения: 02.08.2023.
435. Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015. № 996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/400951e1bec44b76d470a1deda8b17e988c587d6/?ysclid=llziupwkds754693825. Дата обращения: 02.08.2023.
436. Редкин П.Г. На чем должна основываться наука воспитания// Библиотека для воспитания. 1846. Ч. 3. Отд. 2. С. 1-46.
437. Рейтблат А.И. Писать поперек: Статьи по биографике, социологии и истории литературы. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 807 с.

438. Реклама: палитра жанров / Под ред. В.В. Ученовой. М.: Гелла-принт, 2004. 238 с.
439. Репнин П. О путях к самообразованию и развитию женщины // Журнал для хозяек. 1926. № 2. С. 1-3.
440. Реснянская Л.Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. 2000. № 4. С. 3-14.
441. Реснянская Л.Л. Типологическая структура общероссийских газетных изданий // Типология периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 47-59.
442. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре. М.: Республика, 1998. 413 с.
443. Римашевская Н.Н. Семья и дети в условиях транзитивной экономики // Социальный капитал и социальное расслоение в современной России. М.: Альпина Паблишер, 2003. С. 93-118.
444. Рогозин З. Передовая // Нива. 1904. № 50. С. 10-45.
445. Рогова А.М. Анализ социальных факторов формирования семейных ценностей среди молодого поколения: на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области: дисс... канд. соц. наук: 22.00.04. СПб.: СПбГУ, 2009. 197 с.
446. Родительское собрание по детскому чтению / Сост. Т.Д. Жукова. М.: Русская школьная библиотечная ассоциация, 2007. 288 с.
447. Ромашова Л.О., Середа Е.М. Семья и карьера в жизни современной российской женщины // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2017. № 5. С. 23-28.
448. Росстат отчитался о падении рождаемости в России до исторического минимума // The Moscow Times [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.moscowtimes.life/2023/08/11/shest-chlenov-sovbeza-oon-potrebovali-otrossii-vernut-zahvachennii-territorii-gruzii-a51807>. Дата обращения: 16.08.2023.

449. Руденко С.В. Психологические особенности семейного чтения // Вестник Донецкого национального университета. Серия: Филология и Психология. 2021. № 2. С. 104-112.
450. Рябкова Н.И. Языковые особенности современной рекламы // Коммуникативные стратегии XXI века: материалы науч.-практич. конф. кафедры журналистики, 29 апреля 2009 г. СПб: СПбГУСЭ, 2009. С. 73-81.
451. Савельева О.О. Реклама в социальном дискурсе. Монография. М.: Прометей, 2005. 204 с.
452. Савинков С.Н. Правила семейного воспитания. М.: Аркти, 2019. 72 с.
453. Савинкова Т.В. Институт семьи в эпоху постмодерна // Настоящее и будущее социальных технологий. Социальные технологии XXI века: инновации и реальность: мат-лы IX междунар. науч.-практ. конф. СПб.: Изд-во СЗИ РАНХиГС, 2012. С. 66-74.
454. Савинова О.Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 4(2). С. 236-238.
455. Савинов Л.И. Семьеведение: учеб. пособие. Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2000. 196 с.
456. Сакевич В.И., Денисов Б.П. Репродуктивное здоровье населения и проблема аборт в России // Социологические исследования. 2019. № 11. С. 140-151.
457. Сальникова Н.В. Ценностный дискурс современных СМИ Русской Православной Церкви (на материалах Уральского Федерального округа): дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. СПб.: СПбГУ, 2015. 199 с.
458. Свадьбина Т.В. Семья и российское общество в поиске обновления: Монография. Н. Новгород: НГПУ, 2000. 339 с.
459. Свербихина С.А. Освещение вопросов здравоохранения в женской прессе Поволжья (на примере изданий «Сударыня» и «Женщина») // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2009. № 4(12). С. 99-109.

460. Свирина Н.М. Современное чтение: взгляд на проблему семейного чтения // Печать и слово Санкт-Петербурга. Сборник научных трудов. Петербургские чтения-2012: в 2 ч. Ч. 1. СПб.: Изд-во Петерб. ин-та печати, 2013. С. 22-28.
461. Свитич Л.Г. Журнализм в системе глобальных информационно-креативных процессов: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2002. 84 с.
462. Свитич Л.Г. Контент-анализ семейных ценностей в печати // Медиалингвистика: сборник материалов I Междунар. науч.-практ. конф. «Язык в координатах массмедиа». СПб.: Изд-во СПбГУ, 2016. С. 195-198.
463. Свитич Л.Г. Роль подростковых журналов в формировании семейных ценностей. Семья как объект СМИ // Журналистика XXI века: исторический опыт и современное развитие. Владикавказ, 2019. С. 98-122.
464. Свитич Л.Г. Семья и будущее России. Социологическое исследование: контент-анализ конкурсных публикаций. М.: Ф-т журн. МГУ, 2015. 154 с.
465. Свитич Л.Г. Феномен журнализма. М.: Икар, 2000. 225 с.
466. Свитич Л.Г. Философские категории как аксиологические гносеологемы журнализма // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения. СПб.: Медиапапир, 2022. С. 63-64.
467. Свитич Л.Г. Ценностная парадигма как базовый фактор стратегии развития общества и медиасистемы // Век информации. 2016. № 2. С. 300-396.
468. Семья, дети – жизненные ценности и установки: итоги социологического опроса населения в регионах России / Отв. ред. А.И. Антонов. М.: Фонд Андрея Первозванного, 2015. 122 с.
469. Семья и семейная политика: сб. статей / Под ред. А.Г. Вишневского. М.: ИСЭПН РАН, 1991. 218 с.
470. Семья. Родительство. Детство. Методические материалы по созданию социальной рекламы / Г.Г. Николайшвили [и др.]. М., 2014. 74 с.
471. Серкина В.Н. Прецедентные тексты в региональном медийном дискурсе: дисс... канд. филол. наук: 10.02.01. Саратов: СГУ, 2014. 148 с.
472. Сивякова А. Демографическая яма в России: есть ли выход из катастрофы // РИАМО [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://riamo.ru/article/658550/demograficheskaya-yama-v-rossii-est-li-vygod-iz-katastrofy?ysclid=llcdfxjbfbk552396127>. Дата обращения: 16.08.2023.

473. Сивякова Е.В. Общероссийские СМИ как институт публичной политики (условия и технологии производства публичности): дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МГУ. 197 с.

474. Сидоров В.А. Аксиология журналистики: учебное пособие. СПб.: ИД «Петрополис», 2016. 204 с.

475. Сидоров В.А., Ильченко С.Н., Нигматуллина К.Р. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. СПб.: Роза мира, 2009. 174 с.

476. Сидоров В.А. Информационная эпоха и аксиология журналистики // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: сборник материалов Междунар. науч.-практ. конф. М.: Фак-т журналистики МГУ, 2010. С. 37-38.

477. Сидоров В.А. Социальные институты как медийная проекция // Гуманитарный вектор. 2014. № 2. С. 36-43.

478. Сидоров В.А. Ценностный анализ в журналистике: время и метод // Global Media Journal. Российское издание. 2011. Т. 2. № 1 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://pureportal.spbu.ru/publications/ценностный-анализ-в-журналистике-время-и-метод>. Дата обращения: 26.03.2023.

479. Симонова А.А., Пить В.В. Феномен блогерства в контексте новых форм удаленной занятости // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. Т.9. № 1. С. 135-143.

480. Симонова А.К. Взаимосвязь развития института семьи и социальной рекламы // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2010. № 6. С. 214-220.

481. Синельников А.Б. Семья и брак: кризис или модернизация? // Социологический журнал. 2018. № 1. Т. 24. С. 95-113.

482. Сеницын А.В. Функционирование англоязычных заимствований-неологизмов в медийном дискурсе французского языка: дисс... канд. филол. наук: 10.02.05. М.: МГЛУ, 2014. 160 с.

483. Синявская Д.П. О приемных детях // Семья и школа. 1950. № 11. С. 31.
484. Скворцов Н.А. Современная «Красная горка» // Мир женщины. 1913. № 9-10. С. 5-6.
485. Слово редактора. Чуть больше любви // Родные люди. 2010. № 1. С. 2.
486. Смеюха В.В. Отечественные женские журналы: историко-типологический аспект: монография. Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2011. 188 с.
487. Смеюха В.В. Процессы идентификации и женская пресса: Монография. Ростов-на-Дону: РостИздат, 2012. 318 с.
488. Смирнова О.В., Фролова Т.И. Гендерные трансформации российской семьи в медиаизмерениях // Гендер и СМИ. М.: Ф-т журн. МГУ, 2010. С. 95-115.
489. С Новым годом, товарищи родители! // Семья и школа. 1957. № 1. С. 1-3.
490. Современная журналистика в аспекте деонтологии / Ред. Г.В. Лазутина, И.А. Панкеев. М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. 126 с.
491. Соколов А. Живем хорошо! // Работница. 1945. № 2-3. С. 19.
492. Соколов К. В школах начнут проводить классные часы о российских ценностях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/30/07/2022/62e514409a794717ab80f4cb>. Дата обращения: 02.08.2022.
493. Соколов М.В. Сетевой медиапроект как средство формирования готовности к саморазвитию будущего педагога // Известия ВГПУ. 2015. № 10. С. 68-73.
494. Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики: сборник статей. М.: Флинта, Наука, 2008. С. 13-30.
495. Соловьев В.С. Критика отвлеченных начал // Собр. соч. 2-е изд. Т. 2. М.: Изд-во «ЛОГОС». Т. 2. С. 1-398.
496. Солодухо А.С., Лозовский А.В. Провокативность в интернет-коммуникации: проблема определения понятия // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2019. № 1. С. 104-109.

497. Сорокин П.А. Кризис современной семьи // Ежемесячный журнал. 1916. № 2. С. 174-189.
498. Соломин, О.М. Идеальная приемная семья // Наука и жизнь. 2005. № 10. С. 26.
499. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. Пер. с англ. М.: Политиздат, 1992. 543 с.
500. Социальный проект: от идеи к воплощению // Филантроп [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://philanthropy.ru/novosti-organizatsij/2018/12/06/69449/>. Дата обращения: 03.03.2023.
501. Социология семьи / Под ред. А.И. Антонова. М.: Инфра-М, 2007. 640 с.
502. Стебловская С.Б. Ценностно-смысловое поле современных журналов для подростков: автореф. дисс... канд. филол. наук: 10.01.10. М.: МГУ, 2010. 20 с.
503. Степанов В.Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации: дисс... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб.: СПбГУ, 2005. 380 с.
504. Степичева Т.В. Традиция семейного чтения как вид читательской деятельности через определяющие ее мотивы и потребности // Теория и практика общественного развития. 2015. № 6. С. 163-166.
505. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/f5Z8H9tgUK5Y9qtJ0tEFnyHlBitwN4gB.pdf>. Дата обращения: 02.08.2022.
506. Счастье материнства // Семья и школа. 1957. № 3. С. 1-3.
507. Танцеева А.В. «Огонек» – еженедельник советской страны: к истории функционирования в 1920-е годы // Гуманитарные и юридические исследования. 2015. № 4. С. 135-140.
508. Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107-113.
509. Темникова Л.Б. К вопросу о типологии медиадискурса // Научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 119 (05)

- [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2016/05/pdf/69.pdf>.
Дата обращения: 08.08.2023.
510. Типология периодической печати / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М.: Аспект-Пресс, 2009. 234 с.
511. Тертычный А.А. Эмпирическое познание в журналистике: методы, методология, методика // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки. 2015. № 18. С. 51-56.
512. Тишков В.А. Национальная идентичность и духовно-культурные ценности российского народа. СПб.: СПбГУП, 2010. 25 с.
513. Трашкова Е.В. Развитие коммуникативной компетентности учащихся через возрождение традиций семейного чтения и повышение культуры чтения ребенка // Инновации в образовании. 2018. № 2 (35). С. 60-64.
514. Троцкий Л.Д. От старой семьи – к новой // Правда. 1923. № 155. 13 июля.
515. Тугаринов В.П. Теория ценностей в марксизме. Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та, 1968. 124 с.
516. Тулупов В.В. Массовая социальная коммуникация и журналистика // Вестник Воронежского государственного университета. Филология. Журналистика. 2010. № 2. С. 198-203.
517. Тулупов В.В. Профессиональные ценности и профессиональная компетентность журналистов // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С. 22-23.
518. Тулупов В.В. Системный подход к типологии газеты: материалы Всерос. науч.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий». Воронеж: Изд-во ВГУ, 2003. С. 41-44.
519. Тулупов В.В. Социальные проблемы и социальная журналистика // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2012. № 1. С. 243-245.
520. Тулупов В.В. Теоретический и практический аспекты типологий печатных периодических изданий // Акценты. Новое в массовой коммуникации. Альманах. 2007. Вып. 3-4(66-67). С. 36-44.

521. Тулупов В.В. «Язык вражды» в СМИ как отражение агрессии и экстремизма // Акценты. новое в массовой коммуникации. 2021. № 3-4. С. 2-4.
522. Тучкова В.В. Отражение семейных ценностей в российских СМИ // Известия российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2012. № 150. С. 158-163.
523. Тэффи. Потаповна // Женщина. 1914. № 3. С. 3-5.
524. Тюрина С.Ю. О понятиях рекламный дискурс и рекламный текст // «Вестник ИГЭУ». 2009. Вып. 1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ispu.ru/files/75-77.pdf>. Дата обращения: 01.04.2023.
525. Указ Президента Российской Федерации от 09.10.2007. № 1351 «Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/26299>. Дата обращения: 02.08.2023.
526. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/?ysclid=ll7tw5hu2y713704034>. Дата обращения: 02.08.2023.
527. Уленгова Р.Б. Формирование семейных ценностей у детей-сирот средствами АРТ-педагогики в условиях детского дома: автореф. дисс... канд. педагог. наук: 13.00.01. Казань: ТГГПУ, 2008. 21 с.
528. Ученова В.В. Гносеологические проблемы публицистики. М.: МГУ, 1971. 157 с.
529. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 496 с.
530. Ушакин С. Место-имени-я: семья как способ организации жизни // Семейные узы: модели для сборки: сб. ст. В 2 кн. Кн. 2. М., 2004. 520 с.
531. Ушинский К.Д. Человек как предмет воспитания: опыт пед. антропологии. М.: Фаир-Пресс, 2004. 574 с.

532. Фатеева И.А. О типологических доминантах средств массовой информации и об опыте создания их нелинейной типологии // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2010. Т. 2. № 6. С. 91-95.
533. Федеральный закон от 07.03.2018. № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/12151286/>. Дата обращения: 02.08.2023.
534. Федеральный закон от 28.12.2017. № 418-ФЗ «О ежемесячных выплатах семьям, имеющим детей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products>. Дата обращения: 02.08.2023.
535. Федулова А.Б. Семья и семейные ценности: философско-аксиологический анализ: дисс... канд. философ. наук: 09.00.11. Архангельск: Помор. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2003. 255 с.
536. Фетисова О.В. Приемная семья как способ семейного воспитания детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, по законодательству Российской Федерации: дисс... канд. юрид. наук: 12.00.03. М.: РГСУ, 2005. 240 с.
537. Филиппова В. На перепутье // Журнал для хозяек. 1926. № 5. С. 3-4.
538. Филиппова Г.Г. Психология материнства. М.: Институт психотерапии, 2002. 240 с.
539. Филиппова Е. Летний отдых детей // Работница. 1944. №. 6-7. С. 16.
540. Фомичева И.Д. Основные дисциплинарные и междисциплинарные подходы к изучению СМИ // Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учебно-методическое пособие. М.: Изд-во МГУ, 2011. С. 7-25.
541. Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2007. 335 с.
542. Форум «Предназначение быть Женщиной» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://forum.tobewoman.ru/>. Дата обращения: 22.06.2023.
543. Форум Woman.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.woman.ru>. Дата обращения: 22.06.2023.
544. Франкл В. Духовность, свобода и ответственность // Человек в поисках смысла: сборник. М.: Прогресс, 1990. С. 93-129.

545. Франкл В.Э. Человек в поисках смысла. М.: Прогресс, 1990. 366 с.
546. Фролова Т.И., Гатилин А.С. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципаторной журналистики // Вестник Московского университета. 2021. № 10. С. 121-151.
547. Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М.: МедиаМир, 2014. 352 с.
548. Фролова Т.И. Медиакарьера социальных проблем: к вопросу об инновационных методах исследования СМИ // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8. С. 56-71.
549. Фролова Т.И., Лактюшина И.И. Проблемы репродуктивного здоровья в повестке дня российских СМИ // Журналистика для здоровья нации. Человеческий потенциал в российском медиадискурсе. 2018. Том 3. С. 189-198.
550. Фролова Т.И., Нурилова П.В. Дискурс социального сиротства в российских газетах: особенности медиатранзита // МедиаАльманах. 2022. № 3. С. 94-106.
551. Фролова Т.И. Предметно-функциональные особенности социальной журналистики // Известия ИГЭА. 2014. № 2(94). С. 150-156.
552. Фролова Т.И. Социальная журналистика: двадцать лет спустя // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 6. С. 118-146.
553. Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. М.: Пульс, 2003. 44 с.
554. Фролова Т.И., Фролова В.И., Нурилова П.В. Репрезентация актуальных статусов родительства в российских СМИ: обзор практик в аспекте медиатранзита // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 4. С. 710-729.
555. Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996. 208 с.
556. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. М.: Касталь, 1996. 448 с.
557. Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб.: Наука, 2001. 415 с.

558. Харчев А.Г. Социология семьи: проблемы становления науки. М.: Центр социал. прогнозирования, 2003. 339 с.
559. Ховалыг Д. В. Трансформация ценностных ориентаций российского общества в средствах массовой информации: дисс... канд. полит. наук: 10.01.10. М.: РАНХиГС, 2007. 182 с.
560. Холландер П. Досуг: единство развлечений и цели // Будущее советского общества. Выпуск 2 / Под ред. А. Кассофа. М.: Прогресс, 1970. С. 192-283.
561. Хомутова Т.Н. Типология дискурса: интегральный подход // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2014. № 2. Т. 11. С. 14-20.
562. Чебакова Н.С., Баргесян Ю.Т. Проект «Семейное чтение» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nsportal.ru/>. Дата обращения: 03.02.2022.
563. Чепкина Э.В., Енина Л.В. Журналистский дискурс: анализ практик // Известия Уральского государственного университета. Проблемы образования, науки и культуры. 2011. Т. 89. № 2. С. 76-85.
564. Черненко И.Н. Причины снижения интереса к чтению у младших школьников // Известия института педагогики и психологии образования. 2019. № 4. С. 128-133.
565. Чернова Ж.В. Репрезентации отцовства: социологический анализ блогов // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2018. №15. Т. 10. С. 6-23.
566. Чистова А. На отдыхе // Работница. 1943. №. 6-7. С. 11.
567. Что предлагают работницы: по проекту семейно-брачного права // Работница. 1926. № 18. С. 15.
568. Чумичева Р.М., Грабаровская Л.В. Ответственное родительство: постановка проблемы и результаты диагностики // Проблемы современной науки и образования. 2014. № 12. С. 135-141.
569. Швецова Л.К. Массовые еженедельники для «пестрого» читателя. Литературный процесс и русская журналистика конца XIX – начала XX века, 1890-1904. М.: Бурж.-либер. и модернист. изд., 1982. 360 с.

570. Шевченко А.Н. Семья в условиях трансформации современного российского общества: социологический анализ: дисс... канд. соц. наук: 22.00.04. Новочеркасск: НПИ, 2011. 144 с.
571. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дисс... д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.02.19. Волгоград, 2000. 431 с.
572. Шелехов Д. Один проступок // Дамский журнал. 1823. № 13. С. 3-22.
573. Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе: дисс... д-ра филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2004. 498 с.
574. Шестеркина Л.П., Марфицина А.Р. Проектная журналистика и современные тенденции журналистского образования // Отечественная педагогика: тенденции, технологии и инновации. Ученые записки ЗабГУ. 2019. № 1. С. 40-48.
575. Шилина М.Г. Массмедиа в XXI веке: новые теоретические и образовательные концепции как условие развития индустрии и безопасности информационного пространства // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 22. С. 293-296.
576. Шипилова И.З. Библиотека семейного чтения как социокультурный институт // Вестник МГУКИ. 2016. № 1. С. 216-220.
577. Ширяева О.В. Лингвопрагматический аспект типологии медиадискурса // Научная жизнь Кавказа. 2012. № 1. С. 21-31.
578. Шкондин М.В. Периодическая печать: системные основы типологии // Типология периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 10-46.
579. Шкондин М.В. Трансформация типологической структуры российских СМИ: системные аспекты // Вестник Московского университета. Журналистика. 2000. № 1. С. 3-8.
580. Шкуратова И.П. Смыслы и мотивы общения людей в социальных сетях Интернета // Категория смысла в философии, психологии, психотерапии и в общественной жизни. Материалы всероссийской психологической конференции с международным участием. М.: Кредо, 2014. С. 281-282.

581. Шлейкова Н.Ю. Формирование фамилистической компетентности учителя: дисс... канд. пед. наук: 13.00.08. Ульяновск: УГПУ, 2005. 208 с.
582. Шмелева Т.В. Авторское начало в стилистике медийного текста // Русский язык как фактор стабильности государства и нравственного здоровья нации: материалы Всерос. науч.-практ. конф.: в 2 ч. Ч. 2. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://docplayer.ru/52057363-Avtorskoe-nachalo-v-stilistike-mediynogo-teksta.html>. Дата обращения: 22.03.2023.
583. Шостак М.И. Журналы в системе СМИ: типология и «ниши» изданий // Типология периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 79-92.
584. Штумпф С.П. Духовность как социокультурный феномен: аксиологическая направленность и перспективы развития: автореф. дисс... канд. филос. наук: 09.00.11. Иркутск: ИГУ, 2007. 18 с.
585. Щелоков М. Как благороден, женщина, твой труд // Работница. 1944. № 3. С. 11.
586. Щенникова К.Ю. Традиционные ценности как фактор сохранения и единения современной России // Власть. 2017. Т. 25. № 1. С. 159-164.
587. Эк. Письма к матери // Женское дело. 1911. № 2. С. 5.
588. Этапы творческого пути // Подъем [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://podiemvrn.ru/o-zhurnale>. Дата обращения: 08.07.2022.
589. Юдина Е.Ю. Жанрово-тематические особенности подачи социальных материалов в интернет-изданиях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 1(15). С. 41-47.
590. Юрченко Ю.С. Нива. Иллюстрированный журнал литературы, политики и современной жизни // Антикварное обозрение. 2012. № 4. С. 38-47.
591. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. М.: Наука, 1972. 239 с.
592. Яковлев Л.С. Становление новой парадигмы семейной политики в условиях мирового кризиса // Вестник Поволжского института управления. 2022. № 3. Т. 22. С. 42-49.

593. Ярославцева. Из мыслей о браке // Журнал для хозяек. 1926. № 1. С. 6.
594. Alena_safesleep // VKontakte [Electronic resource]. Available at: https://vk.com/alena_safesleep?ysclid=lljtgn0p8428241437. Accessed: 22.06.2023.
595. Alena_safesleep // Yandex Dzen [Electronic resource]. Available at: https://dzen.ru/alena_safesleep. Accessed: 22.06.2023.
596. Andreasson J., Johansson T. Global narratives of fatherhood. Fathering and masculinity on the Internet // International Review of Sociology. 2016. № 26(3). P. 482-496.
597. Angenot M. Théorie du discours social. Notions de topographie des discours et de coupure cognitives // Discours en contexte. 2006. № 1. P. 12-25.
598. Babyblog [Electronic resource]. Available at: <https://www.babyblog.ru>. Accessed: 22.06.2023.
599. Ball F. Media et socits. Paris, 2001. 890 p.
600. Bonnie A. Nardi, Diane J. Schiano and Michelle Gumbrecht. Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? // Conference: Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work. Chicago: Illinois, 2004. P. 222-231.
601. Bortree D.S. Presentation of Self on the Web: an ethnographic study of teenage girls' weblogs // Education, Communication & Information. 2005. Vol. 5. №. 1. P. 25-39.
602. Boulton A., Tyne H. Corpus linguistics and data-driven learning: a critical overview // Bulletin suisse de linguistique appliquée. 2012. № 97. P. 97-118.
603. Change One Life // YouTube [Electronic resource]. Available at: <https://www.youtube.com/channel/UCC7tvKIMXgeD-A0Zq-fQG-A>. Accessed: 22.06.2023.
604. Dijk T.A. Discourse, Ideology and Context // Folia Linguistica. 2001. XXXV/1-2. P. 11-40.
605. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. Princeton: Princeton University Press, 1997. 464 p.

606. Innis H.A. Empire and Communications. Toronto: University of Toronto Press, 1972. 183 p.
607. Family Box // YouTube [Electronic resource]. Available at: <https://www.youtube.com/channel/UCfkBQO9E5JHBL5NAIiDXiag>. Accessed: 22.06.2023.
608. Family Goryachkina // YouTube [Electronic resource]. Available at: <https://www.youtube.com/channel/UC9GWuy2wbwPKGqWt3d>. Accessed: 22.06.2023.
609. Halliday M.A. K. Explorations in the Functions of Language. L.: Edward Arnold, 1973. 143 p.
610. Harris Z.S. Discourse Analysis // Language. 1952. Vol. 28. № 1. P. 1-3.
611. Haslanger J. Social Journalism: The Who, What, Where, When, Why and How [Electronic resource]. Available at: <http://towknight.org/research/social-journalism-who-what-when-how/part-5-where-the-industry-is-headed-and-itsimplication-for-democracy>. Accessed: 03.03.2023.
612. Hollenbaugh E.E. Motives for maintaining personal journal blogs // Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. 2011. № 14(1-2). P. 13-20.
613. Howitt D. The mass media and social problems. UK: Pergamon Press, 1986. 163 p.
614. Jane Rog // YouTube [Electronic resource]. Available at: <https://www.youtube.com/channel/UCn9N1nnsX0xtl6NgZIRnhaw>. Accessed: 22.06.2023.
615. Katz E., Lazarsfeld P. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. N.Y.: Free Press, 1955. 400 p.
616. Kaye B.K. It's a Blog, Blog, Blog, Blog World // Atlantic Journal of Communication. 2005. № 13(2). P. 73-95.
617. Kikido // YouTube [Electronic resource]. Available at: https://www.youtube.com/channel/UCWGK2_WVaXWv-QrkgT9-KDw. Accessed: 22.06.2023.

618. Kolosova E.A. Major trends transforming the practice of child reading in the family // Sociology on the move. XVII ISA World Congress of Sociology. Gothenburg: International Sociological Association, 2010. P. 248.
619. Korkonosenko S.G. Deontology of journalism as a field of moral choice for a professional // Journal of Siberian Federal University. Humanities and social sciences. 2012. № 12. P. 1723-1732.
620. Korochensky A.P. "The Fifth power?" Media criticism in the theory and practice of journalism. Rostov-on-don: RGU, 2003. 284 p.
621. Li Guimei. Contemplation on the Spiritual Construction of Modern Family Ethics – a Probe into Freedom and Responsibility // Morality and Civilization. 2004. № 2. P. 42-49.
622. Like Nastya // YouTube [Electronic resource]. Available at: <https://www.youtube.com/channel/UCJlp5SjeGSdVdwsfb9Q7lQ>. Accessed: 22.06.2023.
623. Li Yinhe. Fertility and Village Culture – Grandchildren of the Same Grandfather. Culture and Art Publishing House, 2003. 284 p.
624. Liu W. The Transition and Extension of Family Values // Journal of Social Sciences. 2011. № 10. P. 98-112.
625. Lopez L.K. The radical act of "mummy blogging": Redefining motherhood through the blogosphere // New Media & Society, 2009. № 11. P. 729-747.
626. Madge C., O'Connor H. Parenting gone wired. Empowerment of new mothers on the internet? // Social & Cultural Geography. 2006. № 7. P. 199-220.
627. McKenzie M.H. Why Bother Blogging? Motivations for Adults in the United States to Maintain a Personal Journal Blog. North Carolina: Agency Counseling Raleigh, 2008. 71 p.
628. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. L.: Sage Publications, 2010. 632 p.
629. Meng Xianfan. Family: Three Impacts in a Century and our Choice // Journal of Tsinghua Univ. (Philosophy and Social Science). 2008. № 3.

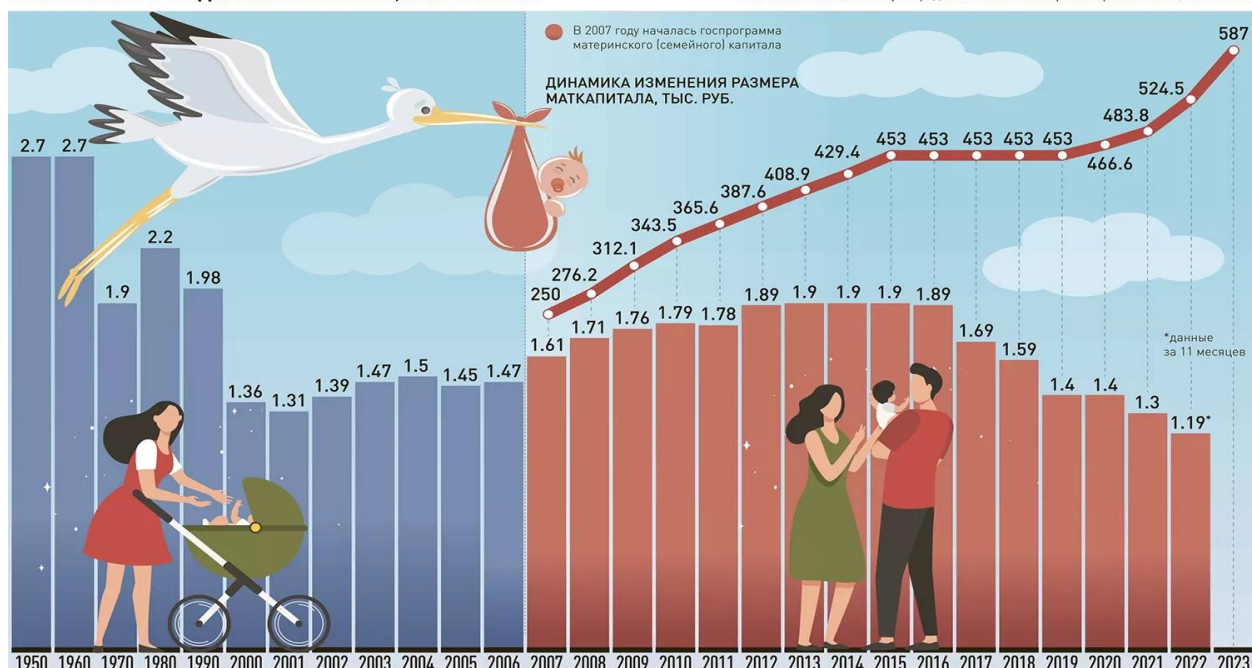
630. MnogoMAMA // YouTube [Electronic resource]. Available at: https://www.youtube.com/channel/UCZp5_r_xfT9EX1KixAWvnPw. Accessed: 22.06.2023.
631. MoniLinaFamily // Yandex Dzen [Electronic resource]. Available at: <https://dzen.ru/monilinafamily>. Accessed: 22.06.2023.
632. Nisbet R. The social philosophers: community and conflict in Western thought. New York: Crowell, 1983. 466 p.
633. Pticevod // Telegram [Electronic resource]. Available at: <https://t.me/svetapticevodd>. Accessed: 22.06.2023.
634. Purves L. How do the children whose mums share every moment of their lives online feel when they grow up? // Mail Online. 2018. January 4 [Electronic resource]. Available at: <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-5233561/How-children-feel-grow-up.html>. Accessed: 24.10.2022.
635. Rokeach M. Beliefs, attitudes, and values; a theory of organization and change. San Francisco: Jossey-Bass, 1968. 214 p.
636. Rose M. The average parent shares almost 1,500 images of their child online before their 5th birthday // Parentzone [Electronic resource] Available at: <https://parentzone.org.uk/article/average-parent-shares-almost-1500-images-theirchild-online-their-5th-birthday>. Accessed: 16.10.2022.
637. Sam and Nia // YouTube [Electronic resource]. Available at: <https://www.youtube.com/channel/UCAq9s3QQVCDMvg1iWQBVtxQ>. Accessed: 22.06.2023.
638. SamoylovaOxana // Telegram [Electronic resource]. Available at: <https://telegram.me/s/sammyfam>. Accessed: 22.06.2023.
639. Schiffrin D. Approaches to Discourse. Oxford: Blackwell, 1994. 470 p.
640. Sinclair J., Mauranen A. Linear Unit Grammar. Integrating speech and writing. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2006. 185 p.
641. Strate L. Studying Media AS Media: McLuhan and the Media Ecology Approach // MediaTropes. 2008. Vol I. P. 127-142.
642. Thompson J. The Media and Modernity. Cambridge: Polity Press, 1995. 314 p.

643. Wang Meiping, Zhang Kun, Zhang Wenxin A Research of Teenagers' Sense of Family Obligation // Psychological Development and Education. 2001. № 3. P. 89-93.
644. What does social journalism mean? // Definitions.net [Electronic resource]. Available at: <https://www.definitions.net/definition/social+journalism>. Accessed: 12.02.2023.
645. Zhou Yi. A Sociology Research of the Generation Gap // Sociol. Studies.1994. № 4. P. 43-51.
646. Zhou Yi. Tradition and Generation Gap – Duality of “Filial Piety” and “Mean” in Intergeneration Relations // Social Science Front. 1995. № 2. P. 111-131.
647. Zimmermann K.F. Familienökonomie: Theoretische und empirische Untersuchungen zur Frauenerwerbstätigkeit und Geburtenentwicklung. Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1985. 424 p.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПОКАЗАТЕЛИ РОЖДАЕМОСТИ, РАЗВОДОВ И СОЦИАЛЬНОГО СИРОТСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

КАК МЕНЯЛАСЬ РОЖДАЕМОСТЬ В РОССИИ, МЛН ЧЕЛОВЕК

Источник: Росстат, Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН, infotables.ru



Инфографика «Российской газеты». Авторы: А. Чистов, И. Жандарова



Инфографика портала «Планета закона»

ГДЕ ЧАЩЕ ЖЕНЫТСЯ, А ГДЕ – РАЗВОДЯТСЯ?

(в расчёте на 1000 жителей)

В среднем по России ★ Москва



Число зарегистрированных
БРАКОВ



Число зарегистрированных
РАЗВОДОВ



Данные Росстата за январь – июль 2020 г.

Инфографика Анны ХАРИТОНОВОЙ

АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ aif.ru

f /aif.ru a /aif_ru t /aifonline a /aifru

Инфографика «Аргументы и факты». Автор: А. Харитонов



Инфографика портала «Я – родитель»



РОСТ ДОХОДОВ ПО 3,5% В ГОД ПОДНИМЕТ РОЖДАЕМОСТЬ ДО 2,0 ДЕТЕЙ К 2050 г.

Детей у русских женщин на 1/3 меньше необходимого для простого воспроизводства населения (1,36 вместо 2,1)



Суммарная рождаемость (детей на 1 женщину), в русских регионах РФ



Корреляция за 1990-2020 гг. со смещ. в 1 год $r = 92\%$



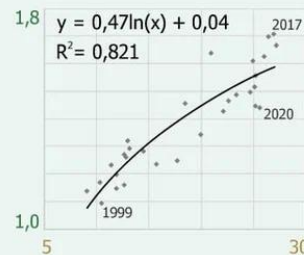
Располагаемые доходы 80% россиян (без 20% самых богатых), тыс. руб. в ценах 2022 г.

2,10 - Число детей, необх. для воспроизводства населения

2,04 - Желаемое женщинами России число детей



Соотношение между доходами и рождаемостью в 1990-2020 гг. в РФ можно описать функцией:



Повысить рождаемость до 2 детей к 2050 г. позволил бы рост доходов 80% населения до 68 тыс. руб.:

1. Сценарий 1: доходы 80% населения растут по 3,5% в год
2. Сценарий 2: доходы растут по 2,5% в год, но при этом неравенство сокращается до уровня 1990 г. (РСФСР)

Примечания: 1) доходы за 1991-1995 гг. приведены по скользящей средней ввиду сильной инфляции в эти годы; 2) коэффициент корреляции (r) в 92% означает сильную взаимосвязь между числом детей в русских семьях (за 1991-2021 гг.) и доходами 80% населения (без богатых) (взято со смещением на 1 год - 1990-2021 гг.); 3) соотношение между доходами (в 1990-2019 гг.) и рождаемостью на следующий год (в 1991-2020 гг.) среди логарифмических функций лучше всего описывает функция $y = 0,47\ln(x) + 0,04$ ($R^2 = 0,82$). По ней и составлено прогнозное значение до 2050 г. При этом сделана поправка на цикличность (спад 90-х и после 2015 г.).

Источники: оценка «Равенства» по данным ЦСУ СССР и Росстата

@ravenstvmedia

Равенство
Медиа

Инфографика портала «Равенство медиа»

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПРООБРАЗ ШЕРЕНТИНГА В ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛАХ НАЧАЛА XX ВЕКА

18

Ж Е Н Ш И Н А.

№ 4—1914 г.

№ 12.



Николай и Лариса Стойковы.

Портреты детей наших подписчиц, присланные на конкурс дѣтской красоты.

№ 15.



Элеонора Пейжъ.

№ 18.



Валерій и Елена Чебаевскіе.

№ 13.



Игорь Ольшевскій.

№ 16.



Боря Куприковъ.

№ 19.



Зинаида Никитина.

№ 14.



Димитрій Минсковъ.
Библиотека
им. Н. А. Некрасова
electro.nekrasovka.ru

№ 17.



Тамара Цискарева.

№ 20.



Маша и Зина Гусевы.



№ 21, Лесика Ушаков.



№ 24, Жени Павловский.



№ 27, Галочка Мичкова.



№ 31, Тамара С. Калантарова.



№ 22, Шурочка Яковлев.



№ 25, Коля Аннолюкский.



№ 28, Толя Черкасов.



№ 32, Эвсия Попова.



№ 23, Зина Ламоничкова.
Библиотека
им. Н. А. Некрасова
electro.nekrasovka.ru



№ 26, Петя и Володя Богдановы.



№ 29, Галина Герфурт.



№ 30, Ксения Калининская.



№ 33, Зина Васильева и Тамара Лобанова.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.1. ФОТОРЕПОРТАЖ-ИНСТРУКЦИЯ ПО ВОПРОСАМ РОДИТЕЛЬСТВА В ЖЕНСКОЙ ПРЕССЕ ДОРЕВОЛЮЦИОННОГО ПЕРИОДА

№ 2.

МІРЪ ЖЕНЩИНЫ.

31

ПОЧТОВЫЙ ЯЩИКЪ.

Г-жа М. Т. Р-ва. Мис. Ярослав.

Отвѣчая на Вашъ вопросъ, какъ должно купать новорожденнаго, мы, для болѣе ясности, прилагаемъ рисунки.

1.

Купать груднаго ребенка должно только въ томъ корытѣ изъ оцинкованнаго желѣза (напр., школьной ваннѣ, что можно содержать въ безукоризненной чистотѣ). Послѣднее особенно важно для новорожденнаго, для котораго лучше употребить и прокипяченную воду. Вода должна быть 27°—28° R. (рис. № 1).

2.

Ребенка класть въ ванну такимъ образомъ, чтобы лѣвая рука была подъ плечикомъ и шейкой, а правая — подъ ягодицами (рис. № 2). Затѣмъ, поддерживая лѣвой рукой плечики и головку ребенка, правой при помощи ваты, или ваты, или рукавички, или салфеточки (но не губки) обмывать шею, подмышки, въ паху и всѣ кожные складки. Затѣмъ, вынувъ ребенка немного изъ ванны, и повернувъ его спинкой къверху, приступаютъ къ обмыванію спинки и конечностей (рис. № 3, 4, 5). Головку ребенка моютъ изъ отдельнаго тазика. Съ мыломъ (мыльнянскимъ или хозяйственнымъ жидкимъ въ лубкѣ) можно мыть не чаще 1—2 раза въ недѣлю. Далѣе, поддерживая лѣвой рукой ребенка, обращеннаго личикомъ книзу, обмываютъ съ плечи (откуда не съ головы) частотою

3.

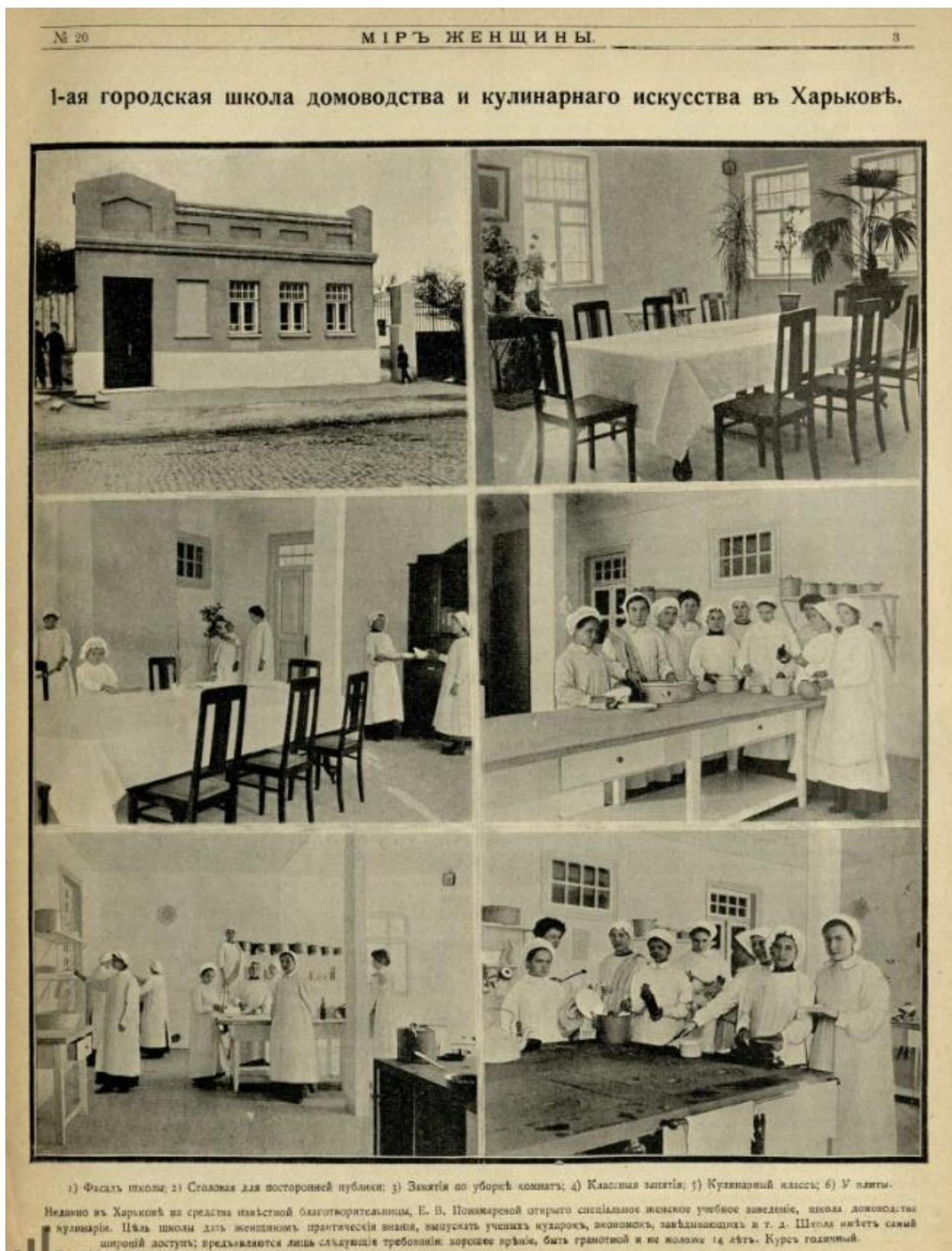
4.

водой 27° R. Завернувъ ребенка сейчасъ-же въ чистую теплую пеленку, тщательно высушивать тѣло кожи, прикладывая пеленку, но не вытирая ее. Ванну должно дѣлать ежедневно, лучше вечеромъ, на ночь. Пично слѣдуетъ наканунѣ обмывать кипяченой водою.

5.

Библиотека
им. Н. А. Некрасова

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.2. КУРСЫ ДОМОВОДСТВА И КУЛИНАРНОГО ИСКУССТВА В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ ПРЕССЕ



ПРИЛОЖЕНИЕ 2.3. ТЕМА МНОГОДЕТНОГО РОДИТЕЛЬСТВА В ПРЕССЕ ВОЕННОГО ПЕРИОДА



ПРИЛОЖЕНИЕ 2.4-2.43. СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ В РУССКОМ НАРОДНОМ ЛУБКЕ

Приложение 2.4



Приложение 2.5



Приложение 2.6



Приложение 2.7



Приложение 2.8



Приложение 2.9



Приложение 2.10



Приложение 2.11



Приложение 2.12



Приложение 2.13



Приложение 2.14



Приложение 2.15



Приложение 2.16



Приложение 2.17



Приложение 2.18



Приложение 2.19

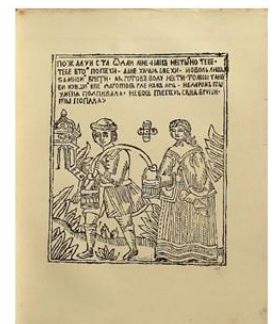


Illustration of a theatrical scene, likely from the play 'Les Femmes de Goodwill' by Georges Feytaud. The scene shows a man in a dark suit and hat sitting on a chair, looking towards a woman in a long, light-colored dress who is standing and looking away. In the background, another woman in a dark dress stands near a doorway. The set includes a desk with a lamp and a clock, and a large chandelier hanging from the ceiling.

Questo è un disegno di un'illustrazione di un'opera di arte. L'illustrazione mostra una scena di un villaggio. Un uomo in un abito blu e pantaloni scuri sta correndo via da un gruppo di persone. Una donna in un abito rosso sta tenendo un bambino, e un'altra donna in un abito verde sta correndo verso di loro. Un uomo in un abito rosso sta anche correndo. In background, c'è un muro di pietra, un albero e una chiesa con un tetto rosso. La scena è ambientata in un villaggio.

REPEREȘTEA ȚĂRII SA PARADIZUL

PARADIZUL

ȚĂRII

G. G. 1938

ПРАВИТИ ПРОТО КЪМЪТЪ ЖЕНА ПИИЛО ДА МЪЖА
НАПЪРЪНЪТЪ ПОЗНАВАЛИ КЪМЪТЪ ЖЪЛЪ ЗАТО НА ИЛИ
НАК СЪКЪРАЛИ. А ПО СЪГОВОРЪТЪ КЪМЪТЪ ПОСКОМОНИЛИ.



1. **ПРЕДЪЗНАЧЕНЪ** **ПРОТЪ** **КЪМЪТЪ** **ЖЕНА** **ПИИЛО** **ДА** **МЪЖА**
НАПЪРЪНЪТЪ **ПОЗНАВАЛИ** **КЪМЪТЪ** **ЖЪЛЪ** **ЗАТО** **НА** **ИЛИ**
НАК **СЪКЪРАЛИ.** **А** **ПО** **СЪГОВОРЪТЪ** **КЪМЪТЪ** **ПОСКОМОНИЛИ.**

2. **ПРОТЪ** **КЪМЪТЪ** **ЖЕНА** **ПИИЛО** **ДА** **МЪЖА**
НАПЪРЪНЪТЪ **ПОЗНАВАЛИ** **КЪМЪТЪ** **ЖЪЛЪ** **ЗАТО** **НА** **ИЛИ**
НАК **СЪКЪРАЛИ.** **А** **ПО** **СЪГОВОРЪТЪ** **КЪМЪТЪ** **ПОСКОМОНИЛИ.**



3. **ПРОТЪ** **КЪМЪТЪ** **ЖЕНА** **ПИИЛО** **ДА** **МЪЖА**
НАПЪРЪНЪТЪ **ПОЗНАВАЛИ** **КЪМЪТЪ** **ЖЪЛЪ** **ЗАТО** **НА** **ИЛИ**
НАК **СЪКЪРАЛИ.** **А** **ПО** **СЪГОВОРЪТЪ** **КЪМЪТЪ** **ПОСКОМОНИЛИ.**

4. **ПРОТЪ** **КЪМЪТЪ** **ЖЕНА** **ПИИЛО** **ДА** **МЪЖА**
НАПЪРЪНЪТЪ **ПОЗНАВАЛИ** **КЪМЪТЪ** **ЖЪЛЪ** **ЗАТО** **НА** **ИЛИ**
НАК **СЪКЪРАЛИ.** **А** **ПО** **СЪГОВОРЪТЪ** **КЪМЪТЪ** **ПОСКОМОНИЛИ.**



5. **ПРОТЪ** **КЪМЪТЪ** **ЖЕНА** **ПИИЛО** **ДА** **МЪЖА**
НАПЪРЪНЪТЪ **ПОЗНАВАЛИ** **КЪМЪТЪ** **ЖЪЛЪ** **ЗАТО** **НА** **ИЛИ**
НАК **СЪКЪРАЛИ.** **А** **ПО** **СЪГОВОРЪТЪ** **КЪМЪТЪ** **ПОСКОМОНИЛИ.**

6. **ПРОТЪ** **КЪМЪТЪ** **ЖЕНА** **ПИИЛО** **ДА** **МЪЖА**
НАПЪРЪНЪТЪ **ПОЗНАВАЛИ** **КЪМЪТЪ** **ЖЪЛЪ** **ЗАТО** **НА** **ИЛИ**
НАК **СЪКЪРАЛИ.** **А** **ПО** **СЪГОВОРЪТЪ** **КЪМЪТЪ** **ПОСКОМОНИЛИ.**

7. **ПРОТЪ** **КЪМЪТЪ** **ЖЕНА** **ПИИЛО** **ДА** **МЪЖА**
НАПЪРЪНЪТЪ **ПОЗНАВАЛИ** **КЪМЪТЪ** **ЖЪЛЪ** **ЗАТО** **НА** **ИЛИ**
НАК **СЪКЪРАЛИ.** **А** **ПО** **СЪГОВОРЪТЪ** **КЪМЪТЪ** **ПОСКОМОНИЛИ.**

8. **ПРОТЪ** **КЪМЪТЪ** **ЖЕНА** **ПИИЛО** **ДА** **МЪЖА**
НАПЪРЪНЪТЪ **ПОЗНАВАЛИ** **КЪМЪТЪ** **ЖЪЛЪ** **ЗАТО** **НА** **ИЛИ**
НАК **СЪКЪРАЛИ.** **А** **ПО** **СЪГОВОРЪТЪ** **КЪМЪТЪ** **ПОСКОМОНИЛИ.**

171
 172
 173
 174
 175
 176
 177
 178
 179
 180
 181
 182
 183
 184
 185
 186
 187
 188
 189
 190
 191
 192
 193
 194
 195
 196
 197
 198
 199
 200
 201
 202
 203
 204
 205
 206
 207
 208
 209
 210
 211
 212
 213
 214
 215
 216
 217
 218
 219
 220
 221
 222
 223
 224
 225
 226
 227
 228
 229
 230
 231
 232
 233
 234
 235
 236
 237
 238
 239
 240
 241
 242
 243
 244
 245
 246
 247
 248
 249
 250
 251
 252
 253
 254
 255
 256
 257
 258
 259
 260
 261
 262
 263
 264
 265
 266
 267
 268
 269
 270
 271
 272
 273
 274
 275
 276
 277
 278
 279
 280
 281
 282
 283
 284
 285
 286
 287
 288
 289
 290
 291
 292
 293
 294
 295
 296
 297
 298
 299
 300
 301
 302
 303
 304
 305
 306
 307
 308
 309
 310
 311
 312
 313
 314
 315
 316
 317
 318
 319
 320
 321
 322
 323
 324
 325
 326
 327
 328
 329
 330
 331
 332
 333
 334
 335
 336
 337
 338
 339
 340
 341
 342
 343
 344
 345
 346
 347
 348
 349
 350
 351
 352
 353
 354
 355
 356
 357
 358
 359
 360
 361
 362
 363
 364
 365
 366
 367
 368
 369
 370
 371
 372
 373
 374
 375
 376
 377
 378
 379
 380
 381
 382
 383
 384
 385
 386
 387
 388
 389
 390
 391
 392
 393
 394
 395
 396
 397
 398
 399
 400
 401
 402
 403
 404
 405
 406
 407
 408
 409
 410
 411
 412
 413
 414
 415
 416
 417
 418
 419
 420
 421
 422
 423
 424
 425
 426
 427
 428
 429
 430
 431
 432
 433
 434
 435
 436
 437
 438
 439
 440
 441
 442
 443
 444
 445
 446
 447
 448
 449
 450
 451
 452
 453
 454
 455
 456
 457
 458
 459
 460
 461
 462
 463
 464
 465
 466
 467
 468
 469
 470
 471
 472
 473
 474
 475
 476
 477
 478
 479
 480
 481
 482
 483
 484
 485
 486
 487
 488
 489
 490
 491
 492
 493
 494
 495
 496
 497
 498
 499
 500
 501
 502
 503
 504
 505
 506
 507
 508
 509
 510
 511
 512
 513
 514
 515
 516
 517
 518
 519
 520
 521
 522
 523
 524
 525
 526
 527
 528
 529
 530
 531
 532
 533
 534
 535
 536
 537
 538
 539
 540
 541
 542
 543
 544
 545
 546
 547
 548
 549
 550
 551
 552
 553
 554
 555
 556
 557
 558
 559
 560
 561
 562
 563
 564
 565
 566
 567
 568
 569
 570
 571
 572
 573
 574
 575
 576
 577
 578
 579
 580
 581
 582
 583
 584
 585
 586
 587
 588
 589
 590
 591
 592
 593
 594
 595
 596
 597
 598
 599
 600
 601
 602
 603
 604
 605
 606
 607
 608
 609
 610
 611
 612
 613
 614
 615
 616
 617
 618
 619
 620
 621
 622
 623
 624
 625
 626
 627
 628
 629
 630
 631
 632
 633
 634
 635
 636
 637
 638
 639
 640
 641
 642
 643
 644
 645
 646
 647
 648
 649
 650
 651
 652
 653
 654
 655
 656
 657
 658
 659
 660
 661
 662
 663
 664
 665
 666
 667
 668
 669
 670
 671
 672
 673
 674
 675
 676
 677
 678
 679
 680
 681
 682

Illustration of a rural scene with a log cabin, a man holding a staff, a kneeling woman, and a group of people standing together. The scene is set in a field with trees and a distant building.

THE WINDMILL
 THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE

THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE

THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE

THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE
 THE WINDMILL IS THE

1890-1900. Russia. 100. 100. 100.

1. The woman in the dark dress is the mother of the family. 2. The woman in the patterned dress is the daughter. 3. The man in the center is the father. 4. The man on the right is the son. 5. The woman on the far right is the daughter-in-law. 6. The man on the far right is the son-in-law. 7. The woman in the center is the daughter. 8. The man in the center is the son. 9. The woman on the left is the mother. 10. The man on the left is the father.

1. The woman in the dark dress is the mother of the family. 2. The woman in the patterned dress is the daughter. 3. The man in the center is the father. 4. The man on the right is the son. 5. The woman on the far right is the daughter-in-law. 6. The man on the far right is the son-in-law. 7. The woman in the center is the daughter. 8. The man in the center is the son. 9. The woman on the left is the mother. 10. The man on the left is the father.

[illegible]

Приложение 2.36



Приложение 2.37



Приложение 2.38



Приложение 2.39



Приложение 2.40



Приложение 2.41



Приложение 2.42



Приложение 2.43



ПРИЛОЖЕНИЕ 3.1-3.204. СОВЕТСКИЙ ПРОСЕМЕЙНЫЙ ПЛАКАТ И СОВРЕМЕННАЯ ПРОСЕМЕЙНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Приложение 3.1



Приложение 3.2



Приложение 3.3



Приложение 3.4



Приложение 3.5



Приложение 3.6



Приложение 3.7



Приложение 3.8



Приложение 3.9



Приложение 3.10



Приложение 3.11



Приложение 3.12



Приложение 3.13



Приложение 3.14



Приложение 3.15



Приложение 3.16



Приложение 3.17



Приложение 3.21



Приложение 3.25



Приложение 3.29



Приложение 3.18



Приложение 3.22



Приложение 3.26



Приложение 3.30



Приложение 3.19



Приложение 3.23



Приложение 3.27



Приложение 3.31



Приложение 3.20



Приложение 3.24



Приложение 3.28



Приложение 3.32



Приложение 3.33



Приложение 3.34



Приложение 3.35



Приложение 3.36



Приложение 3.37



Приложение 3.38



Приложение 3.39



Приложение 3.40



Приложение 3.41



Приложение 3.42



Приложение 3.43



Приложение 3.44



Приложение 3.45



Приложение 3.46



Приложение 3.47



Приложение 3.48



Приложение 3.49



Приложение 3.50



Приложение 3.51



Приложение 3.52



Приложение 3.53



Приложение 3.54



Приложение 3.55



Приложение 3.56



Приложение 3.57



Приложение 3.58



Приложение 3.59



Приложение 3.60



Приложение 3.61



Приложение 3.62



Приложение 3.63



Приложение 3.64



Приложение 3.65



Приложение 3.69



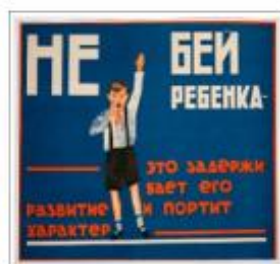
Приложение 3.73



Приложение 3.77



Приложение 3.66



Приложение 3.70



Приложение 3.74



Приложение 3.78



Приложение 3.67



Приложение 3.71



Приложение 3.75



Приложение 3.79



Приложение 3.68



Приложение 3.72



Приложение 3.76



Приложение 3.80



Приложение 3.81



Приложение 3.82



Приложение 3.83



Приложение 3.84



Приложение 3.85



Приложение 3.86



Приложение 3.87



Приложение 3.88



Приложение 3.89



Приложение 3.90



Приложение 3.91



Приложение 3.92



Приложение 3.93



Приложение 3.94



Приложение 3.95



Приложение 3.96



Приложение 3.97



Приложение 3.98



Приложение 3.99



Приложение 3.100



Приложение 3.101



Приложение 3.102



Приложение 3.103



Приложение 3.104



Приложение 3.105



Приложение 3.106



Приложение 3.107



Приложение 3.108



Приложение 3.109



Приложение 3.110



Приложение 3.111



Приложение 3.112



Приложение 3.113



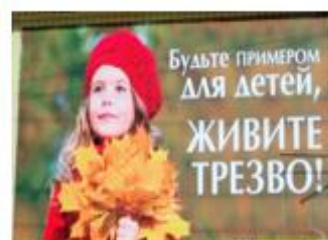
Приложение 3.114



Приложение 3.115



Приложение 3.116



Приложение 3.117



Приложение 3.118



Приложение 3.119



Приложение 3.120



Приложение 3.121



Приложение 3.122



Приложение 3.123



Приложение 3.124



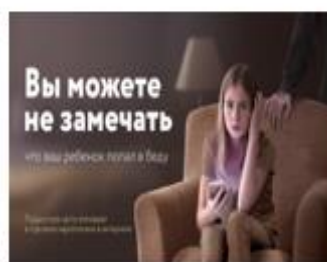
Приложение 3.125



Приложение 3.126



Приложение 3.127



Приложение 3.128



Приложение 3.129



Приложение 3.130



Приложение 3.131



Приложение 3.132



Приложение 3.133



Приложение 3.134



Приложение 3.135



Приложение 3.136



Приложение 3.137



Приложение 3.138



Приложение 3.139



Приложение 3.140



Приложение 3.141



Приложение 3.142



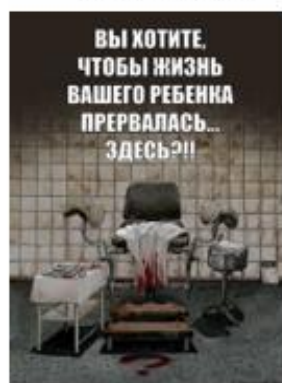
Приложение 3.143



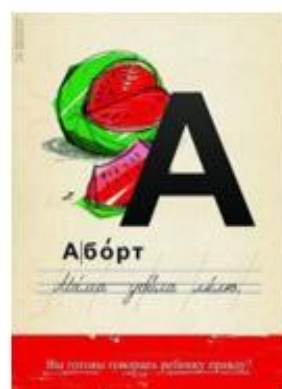
Приложение 3.144



Приложение 3.145



Приложение 3.149



Приложение 3.153

Приложение 3.146



Приложение 3.150



Приложение 3.154

Приложение 3.147



Приложение 3.151



Приложение 3.155

Приложение 3.148



Приложение 3.152



Приложение 3.156



Приложение 3.157



Приложение 3.158



Приложение 3.159



Приложение 3.160



Приложение 3.161



Приложение 3.165



Приложение 3.169



Приложение 3.173



Приложение 3.162



Приложение 3.166



Приложение 3.170



Приложение 3.174



Приложение 3.163



Приложение 3.167



Приложение 3.171



Приложение 3.175



Приложение 3.164



Приложение 3.168



Приложение 3.172



Приложение 3.176



Приложение 3.177



Приложение 3.178



Приложение 3.179



Приложение 3.180



Приложение 3.181



Приложение 3.182



Приложение 3.183



Приложение 3.184



Приложение 3.185



Приложение 3.186



Приложение 3.187



Приложение 3.188



Приложение 3.189



Приложение 3.190



Приложение 3.191



Приложение 3.192



Приложение 3.193



Приложение 3.194



Приложение 3.195



Приложение 3.196



Приложение 3.197



Приложение 3.198



Приложение 3.199



Приложение 3.200



Приложение 3.201



Приложение 3.202



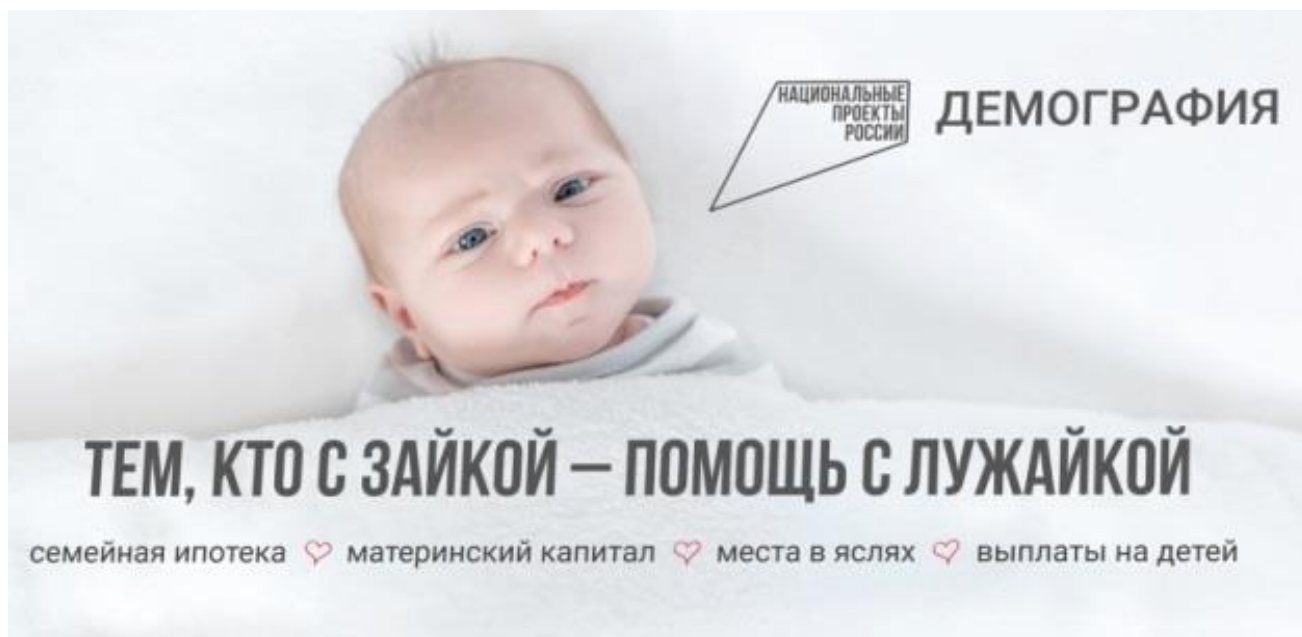
Приложение 3.203



Приложение 3.204



ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПРИМЕР НЕОДНОЗНАЧНОЙ ПРОСЕМЕЙНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ



**ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
ФЕСТИВАЛЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ
«СЕМЬЯ – ДЕЛО СЕРЬЕЗНОЕ»**

