

На правах рукописи



Автаева Наталия Олеговна

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

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени доктора
филологических наук

Воронеж
2024

Работа выполнена в ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Научный консультант: доктор филологических наук, доцент
Фролова Татьяна Ивановна

Официальные оппоненты: **Владимирова Татьяна Николаевна**,
доктор педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВО
«Московский педагогический государственный
университет», Институт журналистики,
коммуникаций и медиаобразования, директор

Олешко Владимир Федорович,
доктор философских наук, профессор, ФГАОУ
ВО «Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
кафедра периодической печати и сетевых
изданий, заведующий

Трофимова Галина Николаевна,
доктор филологических наук, профессор,
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы
народов имени Патриса Лумумбы», кафедра
массовых коммуникаций, профессор

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный
университет»**

Защита состоится «28» февраля 2025 г. в 12.00 на заседании диссертационного
совета 24.2.288.08 при Воронежском государственном университете по адресу:
394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д. 40-а, уч. корп. 6, ауд. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО
«Воронежский государственный университет» и на сайте www.science.vsu.ru

Автореферат разослан «25» ноября 2024 г.

Ученый секретарь диссертационного
совета, кандидат филологических наук



А.А. Кажикин

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. 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.

Ценности семьи, брака и родительства относятся к категории традиционных морально-нравственных ориентиров. В рамках данного диссертационного исследования 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.

СМИ реагируют на все кризисные преобразования семьи как социального института, транслируют ценностные установки каждой исторической эпохи,

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.

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»³, 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 родительства, повышения авторитета родителей в семье и обществе и поддержания социальной устойчивости каждой семьи»⁴. Важными законодательными актами можно считать Федеральные законы «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей»⁵, «О ежемесячных выплатах семьям, имеющим детей»⁶ 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»⁷, 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

³ 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.

⁴ 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.

⁵ 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.

⁶ 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.

⁷ 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.

российских духовно-нравственных ценностей» был подписан Президентом РФ⁸. «Основы государственной политики...» предлагают 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»⁹.

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»¹⁰.

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

⁸ 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.

⁹ Там же.

¹⁰ 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.

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. Олянич, Т.Н. Хомутовой, Д. Шиффрин¹¹. Данные работы обозначили переход от изучения медиатекста к анализу медиадискурса, который связан, 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. Чепкина¹². 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. Фролова¹³. Работы исследователей уточняют

¹¹ 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. P. 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.

¹² 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.

¹³ Баутина П.В. Журналистика как средство конструирования социальных проблем (по материалам федеральной

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. Штумпф¹⁴. Благодаря исследованиям данных авторов мы делаем вывод об аксиологической природе социальных процессов, о необходимости поиска объединяющих общество культурных и духовных парадигм.

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 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 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. Современ. 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.

¹⁴ 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.

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. Сидорова¹⁵. 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.

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. Шустовой¹⁶.

¹⁵ 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, идолы 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.

¹⁶ Березовая 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.

Для выявления истоков фамилистического медиадискурса были изучены труды историков журналистики, например, А.И. Акопова, 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. Швецов¹⁷; для типологизации структурных элементов – исследования А.И. Акопова, 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. Шкондина¹⁸. Данные работы позволили сделать вывод, что становление фамилистического медиадискурса начинается во второй половине XVIII века и

Формирование семейных ценностей молодого поколения в период трансформации хозяйственной системы (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области). СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2010. 131 с.; Девятых 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 ТГООУ. 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 этико-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.; Федуллова 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.

¹⁷ Акопов 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 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.

¹⁸ Акопов 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.

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. Фроловой¹⁹. П.В. Нурилова, В.И. Фролова, Т.И. Фролова²⁰ изучают роль российских медиа в формировании образа родительства, а статьи Л.Г. Свитич и В.В. Тучковой показывают, как семейные ценности представлены в СМИ²¹.

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 данного диссертационного исследования.

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

¹⁹ 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 // Медиакоп [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 семьи в средствах массовой информации // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013. № 6(16). С. 77-82.

²⁰ 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.

²¹ 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.

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.

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 и аксиологических доминант фамилистического медиадискурса в разные исторические периоды.

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

- 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.

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. 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.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

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. В первом параграфе **«Специфика медиадискурса: анализ понятий и подходов к определению»** отражены трактовки понятий «дискурс» и «медиадискурс».

Существуют разные методологические подходы к определению сущности медиадискурса: структурный, тематический и функциональный²².

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

Функциональный подход к медиадискурсу предполагает анализ влияния речевого поведения на различные сферы общественной жизни, которые, в свою очередь, влияют на специфику самой речевой коммуникации. Структурный подход подразумевает анализ всех элементов внутри единой системы, речевая деятельность здесь рассматривается с позиции ее структурных составляющих как лингвистических, так и экстралингвистических. На первый план выходят процессы подготовки, распространения и последующего восприятия медиасообщения. Тематический подход к определению медиадискурса группирует продукты устной и письменной, направленной на массовую аудиторию коммуникации вокруг определенных тем, которые имеют актуальность и социальную значимость.

К важным характеристикам медиадискурса можно отнести следующие: функционально-стилевые особенности: информативность и воздействие; жанровые; когнитивные; стилистические; тематические; коммуникативные; коммуникативно-функциональные.

Выделение отдельных категорий медиадискурса невозможно без разработки параметров его типологизации. Основные параметры, 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.

Медиадискурс в современных условиях является многогранным социокультурным конструктом, многообразие типов медиадискурса позволяет детально рассматривать абсолютно диаметрально противоположные по своим характеристикам явления и процессы. В рамках данного исследования предметно-тематический параметр типологизации является базовым, он позволяет выделять социальный медиадискурс и в его структуре – фамилистический медиадискурс.

Во втором параграфе **«Социальная тематика в медиадискурсе: к проблеме изучения и систематизации»** рассматривается категория «социальное», выявляется проблемное поле социального медиадискурса.

Социальная тематика традиционно широко представлена в отечественном медиадискурсе, это определено самой природой журналистики как социального института. От качества присутствия в информационном поле социальной проблематики зависит эффективность функционирования социальной журналистики, под которой понимают область деятельности журналистов, ограниченную социальной сферой и смежными с ней вопросами, освещающую реалии повседневной жизнедеятельности человека, предусматривающую

определенные технологии создания социально-журналистского продукта (в частности, гуманитарные ориентиры) и направленную на взаимодействие с аудиторией и социальными институтами.

Предметный потенциал социальной сферы в СМИ значителен. Тематический спектр социальной журналистики включает в себя 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.); сферу социально-экономических отношений (социальное страхование, начисление пенсий и пособий, вопросы охраны труда и т.д.); влияние политики на социальную сферу и отдельных индивидов; вопросы системы здравоохранения (доступ к бесплатной медицине, регулярная диспансеризация, популяризация ЗОЖ, сохранение экологии, рост качества медицинского обслуживания и др.); проблемы молодежи (вопросы молодежной политики; качество образования; решение проблем подростковой преступности и зависимостей, программы личностного роста и т.д.); семейную проблематику (снижение числа разводов, проблемы домашнего насилия, профилактика социального сиротства, популяризация ответственного родительства и пр.); функционирование некоммерческого сектора (поддержка общественных НКО, участие в волонтерской деятельности, добровольчество); сохранение традиционных ценностей (морально-нравственное воспитание детей и молодежи, вопросы исторической памяти и национальной идентичности и мн.др.); благотворительность.

Третий параграф **«Фамилистический медиадискурс в структуре социального: от онтологии к аксиологии»** обосновывает необходимость анализа фамилистического медиадискурса через категорию семейных ценностей. Согласно фамилистическому подходу сам институт семьи может быть рассмотрен как ценность. Функционирование семьи как 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.

СМИ на протяжении нескольких веков освещают проблемы 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, выделяем особый предмет исследовательского интереса – фамилистический медиадискурс – 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, тем не менее, можно сказать о самостоятельности и оформленности фамилистического дискурса отечественных медиа.

Развитие аксиологии как науки связано с формированием теоретико-методологических основ изучения ценностных категорий и идеологических школ. 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. Со временем сформировалось отдельное направление медиаисследований – аксиология журналистики.

Анализ фамилистического медиадискурса как направления медиаисследований связан с категорией семейных ценностей, он позволяет выявить, как трансформации института семьи, внутрисемейных ролей и коммуникаций влияют на смену ценностных парадигм, а также выделить те семейные ценности, которые остаются традиционными, неизменными для России. Семейные ценности – категория социокультурная и историческая, они находятся в непосредственной связи с институтом семьи и процессом социализации человека. 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 неодинаковые ценности семьи: ценности родства, родительства, супружества. Все они являются базовыми, фундаментальными ориентирами для общества. Ценности имеют социокультурную природу, следовательно, должны рассматриваться через призму той исторической эпохи и страны, продуктом которых они являются.

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-нравственным можно отнести духовное

обогащение, сохранение традиций и исторической памяти, любовь и верность, взаимоуважение, почитание старшего поколения, ответственность и др.

В четвертом параграфе **«Методологические аспекты изучения фамилистического медиадискурса»** систематизированы методологические принципы и методики, дается обоснование хронологическим рамкам исследования и эмпирической базе, которая является основой работы.

Фамилистический медиадискурс целесообразно анализировать через синтез культурно-исторического, дискурсивного, аксиологического, функционального, структурного, содержательного и фамилистического подходов, это позволяет выявить его специфику, коммуникативные каналы и цели, тематические доминанты, функции. Данный тип дискурса необходимо рассматривать в контексте идеологических, социокультурных и исторических условий его формирования. 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.

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, педагогических журналов и изданий для семейного чтения, лубочных картинок. 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.

Развитие фамилистического медиадискурса проходило в условиях советской прессы и рассмотрено на примере женской прессы, педагогических журналов, изданий для семейного чтения, пропагандистского плаката. 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. Современная медиасистема характеризуется высоким уровнем развития информационно-коммуникационных технологий, что влияет на увеличение каналов 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. Фамилистический медиадискурс в современный период формируется сообщениями печатных, сетевых, аудиальных и аудиовизуальных медиа, а также блогосферой и рекламой.

Вторая глава **«Специфика формирования фамилистического медиадискурса в дореволюционный период»** показывает процесс становления данного типа дискурса на примере дореволюционных женских и педагогических журналов, периодики для семейного чтения, русского лубочного изображения. В первом параграфе **«Фамилистический дискурс женской прессы дореволюционного периода»** рассмотрена роль женских журналов в тиражировании ценностей семьи.

Женская пресса как тип медиа заявила о себе еще в конце XVIII века. Начальный этап развития женской периодики определяется наличием двух типов изданий: это модный журнал и литературный журнал. 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 характер, 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.

Становление фамилистического дискурса женской прессы дореволюционного периода рассмотрено через анализ публикаций «Дамского журнала» П. Шаликова (1829-1833), изданий «Женщина» С.З. Богельман (1907-1917), «Женское дело» А.Г. Галачьева (1910-1916), «Мир женщины» В.Г. Галачьева (1912-1916).

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. Тема семейных ценностей была представлена преимущественно через художественные произведения, что обусловлено литературоцентричностью журналистики рассматриваемого периода. Тематические доминанты медиасообщений – важность достойного продолжения семейных дворянских династий, быт патриархально-авторитарной семьи, составление генеалогического древа, внутрисемейные коммуникации, супружеская верность.

Аксиологические взгляды в этот период находились в непосредственной зависимости от религиозных постулатов: семья воспринималась как самая значимая духовно-нравственная ценность, что и определяло ее основные 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. 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.

Во второй половине XIX – начале XX века реформаторская деятельность политических лидеров определила изменения быта дворянской семьи, а также повлияла на сам социальный институт: в обществе актуализируются вопросы свободных отношений, незарегистрированных союзов, браков не 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 становится 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.

Второй параграф **«Ценности семьи в дореволюционной педагогической периодике»** посвящен анализу педагогических журналов и транслируемых ими ценностных ориентиров. Фамилистический дискурс педагогической прессы был не столь разнообразен, как женской печати, тем не менее он имел свои характерные черты.

Предпосылками возникновения педагогической периодики стали отдельные публикации, посвященные вопросам воспитания и образования. 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. Гутеля, П.С. Гурьева и А.Г. Ободовского. Постепенно закрепляется читательский адрес педагогической периодики – это педагоги и родители.

Становление фамилистического дискурса педагогической периодики дореволюционного периода рассмотрено через анализ публикаций изданий «Библиотека для воспитания» А.И. Семена (1843-1846), «Энциклопедия семейного воспитания и обучения» П.Ф. Каптерева (1898-1910), «На помощь матерям» А.П. Пешковой-Толиверовой и В.П. Воленса (1894-1904).

Педагогическая периодика начала XIX века транслировала авторитарную модель родительства, которая определяла взаимоотношения поколений. Религиозный уклад жизни влиял на систему ценностей дворянской семьи: родительский авторитет, послушание детей, традиционные устои. 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.

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).

Изменения института семьи второй половины XIX – начала XX веков способствовали трансформации модели родительства: авторитарная модель, поддерживаемая ценностями патриархата, ослабевает, закладываются основы индифферентной и авторитетной моделей родительства. Актуализация вопросов женского 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 «Энциклопедия 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 – 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 веков 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.

В третьем параграфе **«Роль журналов для семейного чтения дореволюционного периода в сохранении ценностей семьи»** рассмотрены аксиологические доминанты дискурса данного типа изданий.

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.

История журналов для семейного чтения начинается в XIX веке с иллюстрированного еженедельника «Нива» (1869-1918). Его отличительными чертами, которые потом будут детально воспроизводить 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.

Для анализа фамилистического дискурса журналов для семейного чтения дореволюционного периода рассмотрены публикации изданий «Нива» А.Ф. Маркса (1869-1918) и «Задуманное слово» М.О. Вольфа (1877-1918).

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.

Журналы для чтения взрослыми детям ориентированы преимущественно на дворянство, что оказывает влияние на предметно-тематическую специфику публикаций. Тематика публикаций затрагивает вопросы социального сиротства, благотворительности, быта и традиций дворянских патриархальных семей.

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. Фамилистический дискурс журналов для семейного чтения 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.

Четвертый параграф **«Семейные ценности в дореволюционном народном лубке»** посвящен анализу рекламного фамилистического дискурса дореволюционного периода, в ходе которого выявлены основные ценностные постулаты, связанные с институтами семьи и родительства, повторяющиеся в рекламных сообщениях.

Прототипом социальной рекламы 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. 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.

Анализ лубочных изображений семейной тематики показал основные социальные проблемы, к которым они привлекали внимание: 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 – доступность формы, простота и ясность.

Фамилистический дискурс дореволюционного лубка отражал традиции и менталитет российского народа, его анализ позволяет выявить специфику ценностного мировоззрения общества в период XVIII – XIX веков. Несмотря на то, что бытовые картинки идиллически приукрашены, проблемный вектор они обозначают очень точно. Отобразив культурный ландшафт дореволюционной России, народный лубок транслирует ценности патриархальной семьи и родительства, формирует значимые ценностные постулаты: супружеская верность, почитание родителей, важность воспитания и социализации детей, многодетное родительство, ценности брака и семьи.

Третья глава **«Особенности развития фамилистического медиадискурса в советский период»** посвящена анализу нескольких исторических этапов, которые характеризовались противоречивостью транслируемых ценностных постулатов: первое десятилетие советской власти (1917-1927), довоенное и военное время (1928-1945) и послевоенный период (1946-1991).

В первом параграфе **«Ценности семьи в советской женской периодике»** рассматриваются трансформации фамилистического дискурса женской прессы в разные годы советской власти. 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», «Коммунистка», «Крестьянка», «Батрачка» и др. Возвращение дореволюционных литературно-общественных изданий семейно-бытового типа происходит в период НЭПа, когда в условиях легализации предпринимательства частные издательские объединения вновь заявляют о себе.

Ко второй половине XX века сформировалась единая иерархическая система 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. В послевоенный период появились и международные журналы – «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. 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.

Для выявления специфики фамилистического медиадискурса советского периода были рассмотрены публикации таких изданий, как «Журнал для хозяек» (1912-1926), «Женский журнал» (1926-1930), «Коммунистка» (1920-1930), «Делегатка» (1923-1931), «Работница и крестьянка» (1922-1941), «Работница» (1914-наст.вр.), «Советская женщина» (1945-1991), «Женщина и Россия» / «Мария» (1979-1981).

Фамилистический медиадискурс первого десятилетия советской власти 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, они показывают изменения положения женщины в обществе. 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. Можно выделить аксиологическую дихотомию: 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.

В довоенные и военные годы фамилистическому медиадискурсу были свойственны следующие характеристики: 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. 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. 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 вызвано демографическим кризисом и необходимостью повышения рождаемости.

Фамилистический дискурс женской прессы послевоенного периода обусловлен 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, ведения домашнего хозяйства, здоровье семьи, рукоделие и мода. Тематическими доминантами женского самиздата выступают темы, разрушающие образ счастливой советской семьи: 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, 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.

Во втором параграфе **«Фамилистический дискурс педагогических журналов советского периода»** систематизированы ценностные установки, которые транслировал данный тип медиа.

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», «Народное просвещение», «На путях к новой школе», «Народный учитель». В 1930-е годы постепенно ликвидируется большинство педагогических журналов, им на смену приходит издание «Советская педагогика». 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.

Развитие фамилистического дискурса педагогической периодики советского периода рассмотрено через анализ публикаций журналов «Дошкольное воспитание» (1928-наст.вр.) и «Семья и школа» (1946-наст.вр.).

Традиции дореволюционных изданий, где педагогические журналы были ориентированы на родителей и воспитателей, в первые годы 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. 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.

Тематической доминантой медиасообщений педагогической периодики 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 педагогических журналов – 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 первого десятилетия советской власти 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.

В довоенные и военные годы публикации педагогической печати ориентированы на решение задач 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. 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. Фамилистический дискурс педагогических журналов транслирует экзистенциальные ценности родительства, связанные с заботой о детях, социализацией подрастающего поколения. Пресса практически не освещает ценности семьи как социального института, на первый план выходят ценности коллективистского, общественного воспитания.

Семейная политика, реализуемая государством в послевоенное время, 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 послевоенного времени 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. 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.

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. 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.

Третий параграф **«Специфика фамилистического дискурса журналов для семейного чтения советского периода»** посвящен выявлению ценностных установок, транслируемых обозначенным типом печати. Традиционные журналы для семейного чтения существенно изменились, на рынке появился еженедельник, сочетающий в себе литературно-художественную составляющую и общественно-политическое содержание, это журнал «Огонек». Его основной задачей 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.

Формирование группы массовых «тонких» иллюстрированных общественно-политических и литературно-художественных еженедельников началось с момента издания таких журналов, как «Красная Нива» и «Прожектор». Популяризации семейного чтения в советский период способствовали и многочисленные литературные журналы для детей и взрослых: «Новый мир», «Октябрь», «Подъем», «Юность», «Аврора».

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 изданий для семейного чтения детские журналы в данный период рассматривать нецелесообразно.

Для анализа фамилистического дискурса журналов для семейного чтения советского времени были систематизированы публикации журнала «Огонек». Реформы, проводимые советским правительством, освещаются в изданиях для семейного чтения не так активно, как в женской прессе. 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. В первое десятилетие

советской власти 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.

В послевоенный период 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 послевоенного времени 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.

Четвертый параграф **«Советский рекламный плакат как отражение ценностей семьи»** показывает транслируемые аксиологические идеи.

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. Плакатисты располагали оригинальными средствами создания своих работ: среди них общедоступные символы и аллегории, метафоры, сопоставление на контрасте различных сцен жизни, выбор подходящего шрифта, цветовой гаммы. 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.

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.

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. Основные социальные проблемы, к которым привлекали внимание пропагандистские плакаты: сохранение физического и психологического здоровья семьи, семейное устройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, сохранение репродуктивного здоровья семьи, превенция семейно-бытового и домашнего насилия, защита Родины-матери и родного очага и др. Фамилистический дискурс формируется ценностями родства, родительства и детства, многодетности, здорового образа жизни, появляются мотивы памяти, связи поколений, значимости витальных ценностей и ценностей экзистенциальных, связанных с заботой о подрастающем поколении.

Четвертая глава **«Фамилистический медиадискурс в условиях современной медиасистемы»** представляет результаты анализа печатных и сетевых изданий для родителей, аудиальных и аудиовизуальных проектов, тиражирующих ценности семьи, авторских просемейных блогов, социальной печатной и видеорекламы.

Трансформация отечественного медиарынка в 1990-е годы стала следствием перемен в общественно-политическом и экономическом устройстве страны. 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 т.д. 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.

Первый параграф **«Фамилистический дискурс печатных,**

аудиовизуальных и сетевых СМИ конца XX – начала XXI века» рассматривает специфику ретрансляции семейных ценностей печатными и сетевыми журналами для родителей, которые аккумулируют традиции женской и педагогической периодики в репрезентации проблем института семьи, аудиальными и аудиовизуальными медиа.

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, 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.

Издания для родителей рассчитаны на конкретный читательский адрес: 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». Можно говорить об узконаправленности отдельных журналов, к этой группе принадлежат издания для родителей детей, обладающих особыми потребностями: «Седьмой лепесток», «Образование детей особой заботы»; для приемных родителей: «День аиста», «Дети дома», «Родные люди», «Мамонтенок», «Приемная семья».

Специфика фамилистического дискурса сетевых и печатных журналов для родителей рассмотрена через анализ публикаций изданий «Счастливые родители» (сетевая версия – Parents.ru) (1998-наст.вр.) и «Нет, это нормально» (2016-наст.вр.). Структурно-содержательные характеристики фамилистического дискурса журналов для родителей обусловлены существованием разноплановых изданий: одни – поднимают проблемы традиционных семей с детьми, другие – посвящены узкоспециализированным проблемам родительства – приемным семьям, семьям с особыми детьми и т.д. И если тематическими 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 дискурса печатных и сетевых изданий для родителей можно обозначить как разноплановые, редакции реализуют 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, к которым относится «Нет, это нормально», 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.

Репрезентация семейной тематики и ценностных парадигм в эфире телекомпаний выстроена преимущественно с позиции сенсационности и скандальности. 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 рамках диссертационного исследования акцент сделан на культурно-просветительской миссии телевидения, его ценностно-формирующем потенциале, поэтому в работе анализируются медиапроекты телевидения и радио, транслирующие ценности супружества, родительства и детства, традиционные духовно-нравственные постулаты.

Структурно-содержательные характеристики фамилистического дискурса аудиальных и аудиовизуальных медиа современного периода обусловлены существованием отдельных программ на радио и телевидении, освещающих ценности семьи как социального института: «Семеро с ложкой», «Из чистого истока», «Семейное счастье», «И будут двое», «Все свои», «Семейные истории», «Учимся растить любовью», «Новое родительство», «Недетский вопрос», «Я папа» и пр. 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 («В кругу семьи»), тематической рубрики внутри программы (рубрика «У вас будет ребенок» в рамках передачи «Когда все дома с Тимуром Кизяковым»), авторской программы («Родительский вопрос» радио «Комсомольская правда»), аудиоподкаста («Мам Мама Маам», «Инструкция не прилагается», «Никакого правильно»), при этом актуализируя и освещая проблемы института семьи и предлагая различные сценарии их решения. Основными аксиологическими постулатами телевидения и радио являются ценности семейной коммуникации, диалога, родительства, воспитания и социализации детей. В последние годы активно транслируются ценности многодетности, репродуктивного здоровья,

приемного родительства.

Во втором параграфе **«Роль просемейных блогов в популяризации ценностей семьи»** мы обращаемся 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. В 2023 году нами 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%).

Структурно-содержательные характеристики просемейных блогов существенно различаются: для того, чтобы быть конкурентоспособным 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.

Мотивы ведения просемейного блога могут быть разные, они связаны с удовлетворением потребностей, которые имеются у автора интернет-страницы: гедонистических, самореализации, аффилиативных, финансовых, релаксационных, властных, когнитивных, эмоциональных. Одним из мотивов ведения просемейного блога является желание демонстрации родительства, шерентинг (образован от слов *to share* – делиться и *parenting* – родительство). Прообразом шерентинга в блогосфере можно считать публикации женских дореволюционных журналов, где печатались фотографии детей подписчиц издания. В современных условиях шерентинг становится более массовым явлением, что делает его предметом научного осмысления.

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 позиция читателей. 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. Деструктивная оценочность может переходить 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 оскорбление отдельных участников коммуникации. В некоторых ситуациях можно обозначить такой подъем уровня агрессии словосочетанием «язык вражды».

Структурно-содержательные характеристики фамилистического дискурса блогосферы 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 и обучающие видео («Полина Завьялова. Лайфхаки семейной жизни», YouTube), дневники («8 раз мама», «Дзен»), форумы («Мать ненормальная», «Дзен»), пранки (MoniLinaFamily, YouTube), гайды («Ольга Васильевна Паршикова», YouTube), 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.

Третий параграф **«Специфика и тематические особенности фамилистического рекламного дискурса»** представляет результаты анализа современной рекламы, в ходе которого выявлены основные ценностные идеи, связанные с институтами семьи и родительства.

Современная социальная реклама продолжает традиции советского плаката, решая значимые социальные проблемы или сигнализируя о них. Семейная тематика по-прежнему остается важным сегментом социальной рекламы, с одной стороны, она ретранслирует ценности супружества, родительства, родства, с другой, – выявляет кризисные явления и проблемы института семьи, привлекает к ним внимание. 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 визуальная составляющая заставляет проникнуться транслируемым посылом.

Для выявления специфики фамилистического дискурса социальной рекламы были отобраны соответствующие рекламные сообщения и распределены по нескольким тематическим группам: физическое и психологическое здоровье семьи; родительство и детство; семейно-бытовое и домашнее насилие; репродуктивное здоровье семьи; семейное устройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей; ценность семьи как социального института.

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.

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.

В пятой главе **«Образовательный потенциал фамилистического медиадискурса: от теории к практике»** рассмотрены особенности направленной подготовки специалистов сферы массовых коммуникаций для обеспечения структурно-содержательного и функционально-жанрового разнообразия фамилистического медиадискурса.

В первом параграфе **«Семейные ценности в образовательных программах будущих специалистов сферы массовых коммуникаций»** 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.

Фамилистические компетенции специалиста сферы массовых коммуникаций мы рассматриваем в качестве одного из ценностно-целевых ориентиров гуманитарного образования, – это комплекс знаний, умений, навыков, которые обуславливают готовность и способность решать творческие задачи, возникающие в процессе профессиональной деятельности и связанные с медиаосвещением института семьи как общечеловеческой ценности. Маркером сформированности фамилистических компетенций является возможность не только демонстрировать знания и ценностные установки, но и на практике реализовывать профессиональные умения.

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.

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.

Узкоспециализированные дисциплины, примером которых является разработанный автором курс «Семейная тематика в СМИ», 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; деятельность-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.

Второй параграф **«Студенческие медиапроекты социальной проблематики как инструмент формирования ценностных ориентиров»** рассматривает творческие медиапроекты как перспективное образовательное направление в системе формирования фамилистических компетенций будущих специалистов сферы массовых коммуникаций.

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. Можно выделить несколько подходов к определению медиапроекта как объекта журналистской практики. Во-первых, под медиапроектом понимают 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. Резюмируем, 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.

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.

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. Медиапроект является не только инструментом овладения фамилистическими компетенциями, но и каналом 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.

Третий параграф **«Профессиональные конкурсы и фестивали семейной тематики в системе подготовки кадров»** посвящен анализу потенциала профессиональных конкурсов и фестивалей в качестве действенного инструмента становления необходимых компетенций студентов и роста мастерства будущих специалистов сферы массовых коммуникаций.

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. 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.

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.

Профессиональные журналистские конкурсы – это обмен опытом с коллегами, презентация новых проектов и программ, стимул для дальнейшей работы. 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 рассмотрены конкурсы профессионального журналистского мастерства, связанные с репрезентацией ценностей семьи, родительства, детства: «Семья и будущее России», «В фокусе – семья», «Золотой гонг», «Вызов XXI век».

Студенты, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью», также принимают активное участие в профессиональных конкурсах, например, в конкурсе творческих работ «Хрустальный апельсин» или конкурсе видеороликов «#PRобудущее», но чаще предметом интереса выступают фестивали социальной рекламы. Профессиональные конкурсы содействуют становлению ценностных ориентиров будущих PR-специалистов, помогают в условиях конкуренции более широко посмотреть на социальные проблемы и возможные механизмы их решения. Ценности института семьи являются наиболее значимыми для таких всероссийских конкурсов, как «Семья – основа мира», «Благополучная семья – фундамент российского общества», «Конкурс семейных видеороликов», «Семья Рилит», региональных – «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.

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.

Таким образом, образовательный потенциал фамилистического медиадискурса обусловлен способностью медиасообщества 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.

В Заключении подведены итоги исследования, сделаны выводы.

Изучение ценностных категорий и установок – значимый вектор современных гуманитарных исследований, это связано, прежде всего, с необходимостью сохранения традиционных духовно-нравственных ориентиров, объединяющих общество. 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 важно изучать особенности фамилистического медиадискурса. 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.

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 ориентируются как на традиции прошлого, так и используют новаторские технологии и приемы, что позволяет делать вывод о развитости и сформированности фамилистического медиадискурса, его содержательной наполненности.

ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

I. Статьи в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Российской Федерации:

1. Автаева Н.О. Специфика становления и развития отечественного фамилистического медиадискурса // Вестник филологических наук. 2023. Т. 3. № 12. С. 209-214.
2. Автаева Н.О., Савинова О.Н. Семейные ценности в современном медиаобразовании // Гуманитарный вектор. 2023. Т. 18. № 3. С. 112-120.
3. Автаева Н.О. Семейно-бытовой дискурс женской прессы советского периода // Знак: проблемное поле медиаобразования. № 1(47). 2023. С. 53-62.
4. Автаева Н.О. Семейные ценности в рекламном дискурсе телевидения и интернета // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. № 4. 2022. С. 64-72.
5. Автаева Н.О. Роль СМИ в возрождении традиции семейного чтения // Наука и школа. № 5. 2022. С. 28-37.
6. Автаева Н.О. Роль отечественных журналов для семейного чтения в популяризации традиционных ценностей // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2022. № 4 (43). С. 361-365.
7. Автаева Н.О., Гордеева Е.Ю., Щерова М.С. Мир семьи в зеркале женской прессы периода НЭПа // Научный диалог. № 12. 2021. С. 160-179.
8. Автаева Н.О. Популяризация ценностей семьи и родительства в блогосфере // Знак: проблемное поле медиаобразования. № 3. 2021. С. 77-85.
9. Автаева Н.О., Дикасова М.И. Здоровье семьи в гуманитарной повестке отечественных СМИ: история и современность // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16. № 1. С. 125-135.
10. 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.
11. Автаева Н.О., Чемоданова Т.Д. Семейная тематика в гуманитарной повестке отечественных медиа // Наука и школа. № 5. 2020. С. 18-24.
12. Автаева Н.О., Савинова О.Н. К вопросу о типологизации журналов для приёмных родителей // Гуманитарный вектор. 2020. Т. 15, № 1. С. 144-152.
13. Автаева Н.О., Савинова О.Н. Семейные ценности в гуманитарной повестке российских СМИ // Меди@льманах. 2016. № 4. С. 39-46.
14. Автаева Н.О. Деловая игра в сегменте практикума по подготовке специалистов в сфере массовой коммуникации // Вестник Нижегородского университета им.

Н.И. Лобачевского. 2014. № 2-2. С. 407-410.

15. Автаева Н.О. Семейная тематика в современных печатных СМИ // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 1-2. Часть 2. С. 293-295.

16. Автаева Н.О. Язык вражды в современных СМИ: гендерный аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2010. № 4(2). С. 811-813.

17. Автаева Н.О., Зудин Д.И. Государственная информационная политика в области СМИ // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2010. № 3(19). С. 13-19.

II. Монографии:

18. Автаева, Н.О. Семья и родительство в отечественных медиа: монография. Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2024. 225 с. ISBN 978-5-91326-889-1.

19. Автаева Н.О., Савинова О.Н. Семейные ценности в отечественном медиадискурсе: монография. Нижний Новгород: Нижний Новгород, 2022. 170 с. ISBN 978-5-91326-718-4.

III. Статьи в научных журналах и сборниках трудов:

20. Автаева Н.О. Журналы для семейного чтения в системе сохранения культуры и традиций чтения // Школьная библиотека: сегодня и завтра. № 1. 2023. С. 10-25.

21. Автаева Н.О. Фамилистический медиадискурс: к проблеме дефиниции понятия // Актуальная культура. 2023. № 4. С. 1-7.

22. Автаева Н.О., Дранишникова Е.А. Тема сохранения репродуктивного здоровья семьи в женской прессе 1920-1930-х гг. // Медиаисследования 2022. Барнаул: АлГУ, 2022. С. 14-22.

23. Avtaeva N.O., Savinova O.N. Family theme in the educational program of future journalists // Dynamics of Media Systems. 2021. № 1. P. 208-213.

24. Avtaeva N.O. Transformation of family reading magazines in the domestic periodicals market // Dynamics of Media Systems. 2021. № 1. P. 10-15.

25. Автаева Н.О. Роль социальных медиапроектов в популяризации ценностей традиционной семьи и родительства // Челябинский гуманитарий. № 1(50). 2020. С. 81-87.

26. Автаева Н.О. Журналы для семейного чтения на отечественном рынке периодики // Медиасреда. № 2. 2019. С. 6-10.

27. Автаева Н.О., Савинова О.Н. Роль СМИ и рекламы в популяризации ценностей традиционной семьи как важного фактора духовного здоровья нации // Журналистика для здоровья нации. Человеческий потенциал в российском медиадискурсе. М.: Фак-т журналистики МГУ. 2018. С. 132-152.

28. Автаева Н.О. Женская пресса Нижегородской области: проблемы и традиции развития // Средства массовой информации Нижегородской области на рубеже веков (конец XX – начало XXI вв.). Сборник научных трудов. Нижний Новгород, 2010. С. 107-116.

29. Автаева Н.О. Язык вражды в современной российской прессе: гендерный аспект // Речевая агрессия в современной культуре / Научный редактор и составитель М.В. Загидуллина. Челябинск, 2005. С. 45-48.

IV. Статьи в сборниках научных конференций:

30. Автаева Н.О. К вопросу о сущности фамилистического медиадискурса // Журналистика в цифровую эпоху: технологии и методология творчества: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию фак. журналистики Белорус. гос. ун-та. Минск: БГУ, 2024. С. 16-21.

31. Автаева Н.О. Язык вражды в русскоязычных просемейных блогах // MEDIAОбразование. Цифровая среда: между позитивом и деструкцией: сборник материалов VIII международной научно-практической конференции. Челябинск, 2024. С. 135-137.

32. Автаева Н.О. Эволюция моделей родительства в дискурсе специализированной периодики // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия: сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: Фак. журн. МГУ, 2024. С. 210-212.

33. Автаева Н.О. Семейно-бытовой дискурс женского самиздата советского периода // Коммуникация в современном мире. Материалы международной научно-практической конференции. Воронеж, 2024. С. 125-127.

34. Автаева Н.О. Трансформация моделей родительства в отечественном медиадискурсе // Журналистика и PR в условиях формирования новой медиасреды: традиции и новаторство. Сборник статей международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2024. С. 40-45.

35. Автаева Н.О. Эволюция образов семьи и родительства в отечественной рекламе // Человек в системе коммуникаций: профессиональные коммуникации в цифровую эпоху. Сборник статей по материалам XV международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию Елизаветы Петровны Савруцкой. Нижний Новгород, 2023. С. 229-231.

36. Автаева Н.О. Ценности семьи и родительства в современном рекламном дискурсе (на примере социальной рекламы) // Медиа технологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы. Сборник трудов конференции. Ставрополь, 2023. С. 53-60.

37. Автаева Н.О. Социальные проекты региональных медиа в контексте диалога с целевой аудиторией // Региональные СМИ: пути взаимодействия с аудиторией. Материалы всероссийской научно-практической конференции. Чита: ЗабГУ, 2023. С. 6-11.

38. Автаева Н.О. Контент-стратегии медиа социальной проблематики в эпоху digital // Трансформации общественного сознания в переходную эпоху: материалы международной научно-практической конференции. Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова; Ванадзорский государственный университет им. О. Туманяна. Нижний Новгород,

2022. С. 58-62.

39. Автаева Н.О., Смирнова П.С. Социальные медиапроекты на русском и марийском языках: опыт исследования СМИ Республики Марий Эл // Диалог культур в медиапространстве. Материалы международного научного онлайн-форума. Ставрополь, 2022. С. 9-11.

40. Автаева Н.О. Эволюция педагогических журналов на медиарынке: аудиторный и тематический аспекты // Коммуникация в современном мире: материалы международной научно-практической конференции. Воронеж: ВГУ, 2023. С. 75-77.

41. Автаева Н.О. Ценности семьи и родительства в современном рекламном дискурсе (на примере социальной рекламы) // Медиа технологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы. Материалы международной научно-практической конференции. Ставрополь: СКФУ, 2022. С. 53-60.

42. 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: Издательский дом «Державинский», 2022. С. 50-58.

43. Автаева Н.О. Блоги о семье и родительстве в Instagram* и YouTube: опыт типологизации // Новые тренды журналистики и медиакommunikаций. Материалы международной научно-практической конференции. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2022. С. 55-59.

44. Автаева Н.О. Шерентинг в блогах как феномен демонстративного поведения // Визуальные медиакommunikации и реклама: новые технологии и методология исследований. Сборник материалов международной научно-практической конференции. Челябинск: ЧелГУ, 2022. С. 11-15.

45. 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). Сборник статей международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2022. С. 104-110.

46. Автаева Н.О., Виноградова С.Д. Специфика освещения семейной тематики в медиа социальной направленности // Коммуникация в современном мире. Материалы международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. Воронеж, 2022. С. 3-5.

47. Автаева Н.О., Гордеева Е.Ю. Семейно-бытовой дискурс женской прессы периода НЭПа // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия: сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: Изд-во факультета журналистики МГУ, 2022. С. 652-654.

48. Автаева Н.О. Семейно-бытовой журнал периода НЭПа в контексте трансформации женской прессы // MEDIAОбразование: медиавключенность vs

- медиаизоляция. Материалы VI международной научной конференции. Челябинск: ЧелГУ, 2021. С. 11-16.
49. Автаева Н.О., Чемоданова Т.Д. Гуманитарная повестка современных СМИ: к проблеме выбора героя // Современные проблемы и перспективные направления журналистики и гуманитарных наук. Сборник статей по итогам международной конференции. Нур-Султан, АО «Финансовая академия», 2021. С. 13-16.
50. Автаева Н.О. К проблеме формирования гуманитарной повестки в современной блогосфере // Коммуникация в современном мире. Материалы международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей массовой коммуникации. Воронеж, 2021. С. 6-8.
51. Автаева Н.О. Сохранение исторической памяти и семейных ценностей: анализ студенческих медиапроектов // Медиа в меняющемся мире: проблемы изучения и преподавания. Сборник материалов международной научно-практической конференции кафедры журналистики. Нижний Новгород, 2021. С. 169-175.
52. Автаева Н.О. Роль мультимедийных медиапроектов в популяризации традиционных ценностей // Новые медиа для современной молодежи. Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции. СПб., 2021. С. 16-20.
53. Автаева Н.О. Роль блогов в популяризации ценностей семьи и родительства // Пользовательский контент в современной коммуникации. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2021. С. 102-106.
54. Автаева Н.О., Дикасова М.И. Проблемы сохранения репродуктивного здоровья семьи на страницах отечественной периодики // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия. сборник материалов международной научно-практической конференции. М., 2021. С. 174-175.
55. Автаева Н.О. Контент-стратегии медиа социальной направленности в условиях цифровой среды // Медиаобразование: Медиа как тотальная повседневность. Материалы V международной научной конференции. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2020. С. 401-405.
56. Автаева Н.О. Роль семейных архивов в исследовательских проектах студентов-журналистов Университета Лобачевского // «Связь времен – связь поколений». Сборник материалов VI международной научно-практической конференции. Луганск, ГУ ДПО ЛНР, 2020. С. 36-41.
57. Автаева Н.О. Образ семьи как социального института в отечественном рекламном дискурсе (по материалам семинарских занятий) // Рекламное и PR-образование в условиях информационно-технологических перемен: актуальные вопросы и тренды. Сборник материалов международной научно-практической конференции. Челябинск: ЧелГУ, 2020. С. 23-28.
58. Автаева Н.О. Популяризация семейного чтения отечественными литературно-художественными и детскими журналами // Коммуникативные стратегии СМИ: теоретические подходы и новые реалии. Сборник материалов научно-

- практической конференции кафедры журналистики. Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2020. С. 36-45.
59. Автаева Н.О. Структурно-тематические особенности журналов для семейного чтения: история и современность // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия: сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: МГУ, 2020. С. 76-78.
60. Автаева Н.О. Специфика образовательного курса для бакалавров-журналистов «Семейная тематика в СМИ» // MEDIAобразование: векторы интеграции в цифровое пространство. Материалы IV международной научной конференции. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2019. С. 264-267.
61. Автаева Н.О. Роль журналов для семейного чтения в сохранении духовной культуры семьи // Здоровье как ресурс: V. 2.0: сборник материалов международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, ННГУ, 2019. С. 752-756.
62. Автаева Н.О. Роль современных радиопрограмм в семейном устройстве детей-сирот // Позывные Нижнего. Сборник материалов симпозиума кафедры журналистики от 27 февраля 2019 года. Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2019. С. 50-56.
63. Автаева Н.О. Семейное устройство детей, оставшихся без попечения родителей, в повестке дня современных СМИ // Медиа чтения СКФУ: Материалы третьей международной научно-практической конференции. Ставрополь: Сервисшкола, 2019. С. 149-153.
64. Автаева Н.О. Издания для приемных родителей как социальный медиапроект // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия: сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: Фак. журн. МГУ, 2019. С. 275-276.
65. Автаева Н.О. Специфика интернет-ресурсов семейной тематики: проблема типологии // Журналистика в системе альтернативных источников информации. Сборник материалов международной научной конференции кафедры журналистики. Нижний Новгород, 2017. С. 54-62.
66. Автаева Н.О., Пакова И.В. Информационная политика женской прессы в контексте трансформации семейных ценностей // Трансформация традиционных ценностей в зеркале СМИ в меняющемся мире: материалы всероссийской научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2013. С. 52-60.
67. Автаева Н.О. Роль современной прессы в укреплении семейных ценностей // СМИ и духовная жизнь общества. Материалы международной научно-практической конференции. Нижний Новгород: ННГУ, 2012. С. 90-94.