

ФАМИЛИСТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС: К ПРОБЛЕМЕ ДЕФИНИЦИИ ПОНЯТИЯ

Наталья Олеговна Автаева, кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры журналистики Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, Россия, Нижний Новгород, e-mail: zhurnalistnngu@mail.ru

Аннотация. Интерес медиаисследователей к проблеме ценностей привел к формированию нового научного направления – аксиологии медиа. Актуализация вопроса сохранения традиционных духовно-нравственных ценностей произошла и в правовой сфере, что нашло отражение в законотворчестве. Значимым аксиологическим ориентиром является институт семьи, ценности которого можно считать традиционными. Его представленность в СМИ и развитие аксиологии медиа привели к необходимости рассмотрения фамилистического медиадискурса. Анализ фамилистического медиадискурса позволит исследователям определить, как ценностные установки института семьи, прежде всего родительство и супружество, представлены в современных СМИ. Выделение категории фамилистического медиадискурса представляется нам оправданным, поскольку СМИ на протяжении длительного периода репрезентуют проблемы семьи как социального института, транслируют и популяризируют традиционные семейные ценности как базовые и значимые.

Ключевые слова: аксиологический подход, фамилистический медиадискурс, аксиология медиа, семейные ценности, фамилизм.

Для цитирования: Автаева Н.О. Фамилистический медиадискурс: к проблеме дефиниции понятия // Актуальная культура: научный сетевой журнал. – 2023. – № 4. – С. 1-7 [электронный ресурс]. URL: <http://journal.asu.ru/cc> (дата обращения 30.12.2023).

Отечественная журналистика на протяжении нескольких веков отличалась литературоцентричностью, социальные проблемы поднимались в ней через образы отдельных героев произведений, человек с его трудностями и лишениями регулярно изображался на страницах журналов и газет, что свидетельствует о гуманистичности дискурса СМИ. В условиях трансформации медиасистемы в 1990-е годы на первый план вышли функции информирования и релаксации, а функция социального участия и ценностно-регулирующая функция постепенно нивелировались. Тем не менее, уже к середине 2000-х годов журналисты все чаще стали обозначать болевые точки современного социума, вновь обращаясь к гуманитарно ориентированным и человекоцентричным жанрам: очерку, репортажу, портретному интервью.

Сегодня перед профессиональным журналистским сообществом стоит задача разнопланово и всесторонне освещать социально значимые темы. Это

обусловлено тем, что ценностно-регулирующую функцию журналистики начинают считать одной из ключевых. Это подтверждается, прежде всего, изменениями в правовом поле: принятием ряда законотворческих актов, среди которых Указ Президента РФ «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» – данный нормативно-правовой акт называет СМИ инструментом популяризации и продвижения традиционных ценностей (Указ Президента РФ 2022 www).

Следует подчеркнуть важность аксиологического подхода в исследовании СМИ: это связано с развитием нового направления медиаисследований – аксиологии журналистики, или аксиологии медиа. Сам термин, обозначающий данное направление, получил распространение после публикации монографии представителей Санкт-Петербургской школы медиаисследований – В.А. Сидорова, С.С. Ильченко, К.Р. Нигматуллиной (Сидоров, Ильченко и др. 2009). Несмотря на то, что инструментарий и методология аксиологии медиа находятся в стадии формирования, предметное поле уже определено: это «журналистика как источник и ретранслятор ценностей общества во всем их предметно-смысловом многообразии, а также собственно журналистика как социальная ценность, исследующая принципы и способы освоения журналистами социокультурных ценностей, эффективность и методы их репрезентации аудитории СМИ» (Сидоров, Ильченко и др. 2009: 12).

Сторонниками аксиологического подхода можно считать и других медиаисследователей, которые обращались к категории ценности для анализа творческой деятельности журналиста. Здесь целесообразно отметить таких авторов, как Г.В. Лазутина (Лазутина 2013), Л.Г. Свитич (Свитич 2022), И.М. Дзялошинский (Дзялошинский 2017), Т.Е. Нерсесова (Нерсесова 2011), Е.В. Пономарева (Пономарева 2017), И.В. Ерофеева (Ерофеева 2009). В своих трудах они также актуализируют необходимость гуманизации современных отечественных медиа, поскольку сама журналистика социальна по своей природе.

Анализируя спектр социальных вопросов, которые представлены сегодня в СМИ, можно прийти к выводу, что одной из значимых проблем современного общества является трансформация и упадок института семьи. Это выражается в росте случаев семейного-бытового насилия, увеличении числа разводов и эпизодов лишения родительских прав, повышении процента пар, находящихся в отношениях сожительства и т.д. Заголовки современных медиа наглядно иллюстрируют обозначенные проблемы, например: «Ужасы отдельных семей: что прячется за внешним благополучием», «Почему в России снова начала падать рождаемость и что с этим делать», «Дети с рождения должны чувствовать, что кому-то нужны», «На пять свадеб – четыре развода», «Что такое гражданский брак и чем он отличается от официального».

Отметим, что изучением института семьи занимается отдельное междисциплинарное направление, которое сформировалось на рубеже 1960-1970-х годов, – это фамилистика (фамилизм), и объединило сразу несколько

научных подходов: социологический, правовой, экономический, медицинский, психологический, этнографический. Фамилизм опирается на аксиологическую парадигму, поскольку ориентируется на категорию ценности, рассматривая институт семьи как базовую социальную ценность (Антонов 1998: 35). Впоследствии развитие фамилизма привело к тому, что при освещении процессов, связанных с данным социальным институтом, исследователи стали опираться на фамилистический подход, то есть представлять ценности родительства, родства, семьи и брака как ключевые и для личности, и для социальных групп, и для государства.

Семья и семейные ценности представлены в СМИ на протяжении нескольких веков: это находит отражение, как в типологическом ракурсе – журналы для семейного чтения, семейно-бытовые журналы для женщин, журналы для родителей, так и в тематическом – рубрики и отделы «Семья и брак», «Наши дети», «Материнство и детство», «Семейный досуг», «Ваш ребенок» и др. Тема семьи в отечественном медиадискурсе закрепились уже давно, и можно говорить о том, что сформировался даже отдельный тип медиадискурса – фамилистический. Он является разновидностью социального медиадискурса. Выделение данного понятия стало возможным вследствие объединения фамилистического и дискурсивного подходов.

Для того, чтобы доказать правомерность вычленения обозначенного типа медиадискурса, обратимся к дефиниции понятия. Под фамилистическим медиадискурсом мы понимаем особый тип дискурса, который тиражирует ценности семьи, родительства, супружества для широкой аудитории, он аккумулирует устные, письменные, мультимедийные сообщения через разнообразные массовые каналы коммуникации и учитывает экстралингвистические факторы коммуникативного процесса.

Формирование фамилистического медиадискурса происходило в течение длительного периода под влиянием целого ряда факторов. Обозначим основные из них:

- рост интереса к социальной журналистике и гуманитарной проблематике, который определил не только присутствие «социалки» в повестке дня универсальных СМИ, но и обусловил возникновение специализированных медиа – медиа социальной направленности, которые ориентируются именно на рецепцию и решение проблем человека и общества, в том числе и в семейной сфере (например, «Такие дела»);

- расширение перечня специализированных медиа, ориентированных на особый читательский адрес: медиа для приемных родителей, для семей с детьми, обладающими особыми потребностями, медиа о проблемах домашнего насилия или репродуктивного здоровья семьи и т.п.;

- становление современной модели родительства, основанной на принципах ответственного и осознанного родительства, что способствовало повышению интереса к темам воспитания детей и здоровья семьи;

- укоренение в медиаповестке тем, которые ранее считались стигматизированными и не находили широкого освещения: социальное

сиротство и помощь выпускникам детских домов, проблема домашнего насилия и положение жертвы, вопросы репродуктивного планирования и т.д.

- формирование блогосферы и иных интернет-платформ, где делается ставка на коммуникацию, поскольку в новых медиа тема семьи, брака, родительства представлена разнопланово и с разных субъектных позиций.

Анализ фамилистического медиадискурса позволит исследователям определить, как ценностные установки института семьи, прежде всего родительство и супружество, представлены в современных СМИ. Выделение категории фамилистического медиадискурса представляется нам оправданным, поскольку СМИ на протяжении длительного периода репрезентуют проблемы семьи как социального института, но в то же время транслируют и популяризируют традиционные семейные ценности как базовые и значимые.

Важно отметить, что некоторые шаги по изучению фамилистического медиадискурса уже предприняты. Например, в отечественном научном поле опубликованы труды о специфике создания медиаобраза семьи – это работы Н.Н. Замотиной (Замотина 2015), А. Мищенко (Мищенко 2013), С.В. Белковского (Белковский 2013). К анализу роли СМИ в популяризации семейных ценностей обращались В.В. Тучкова (Тучкова 2012), Л.Г. Свитич (Свитич 2016). Модели родительства в медиа изучали Т.И. Фролова, В.И. Фролова, П.В. Нурилова (Фролова, Фролова и др. 2022).

Заключение. Конечно же, не все аспекты фамилистического медиадискурса на сегодняшний день рассмотрены и осмыслены, поскольку это категория междисциплинарная, образованная синтезом аксиологического, дискурсивного и фамилистического подходов. Поэтому представляется вероятным, что последующее ее изучение также будет междисциплинарным и объединит усилия лингвистов, социологов, юристов и, вне всякого сомнения, медиаисследователей. Так как семья – основной социальный институт, то ее ценности, проблемы и задачи будут и дальше отображаться в медиапространстве, а значит, обозначенное направление исследований получит ощутимый импульс к развитию.

В медиаисследованиях, на наш взгляд, семейные ценности остаются недостаточно изученными. Надеемся, что синтез культурно-исторического, дискурсивного, аксиологического и фамилистического подходов, выделение отдельного объекта исследования будут способствовать тому, что данное исследование в некоторой степени восполнит этот пробел.

Список источников

Антонов А.И. Микросоциология семьи (методология структур и процессов): учеб. пособие для вузов. М.: Изд. Дом «Nota Bene», 1998. 360 с.

Белковский С.В. Концепт «семья» в современной массовой российской прессе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. №4(2). С. 193-199.

Дзялошинский И.М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2017. 412 с.

Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века). Чита: ЗабГУ, 2009. 297 с.

Замотина Н.Н. Семья в российской журнальной периодике: информационные практики в контексте антикризисных стратегий // Медиаскоп. 2015 [электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/1687> (дата обращения: 10.10.2023).

Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2013. 224 с.

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

Нерсесова Т.Е. Аксиологическая основа медиаконтента как способ формирования субъективного восприятия культурных ценностей общества и их оценки // Медиаскоп. 2011. №2 [электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/835> (дата обращения: 10.10.2023).

Пономарева Е.В. Аксиологическая составляющая коммуникативного пространства медиадискурса (на примере англоязычных интернет-СМИ) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. № 3. С. 198-204.

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. Философские категории как аксиологические гносеологемы журнализма // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения. СПб.: Медиапапир, 2022. С. 63-64;

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

Тучкова В.В. Отражение семейных ценностей в российских СМИ // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.Герцена. 2012. № 150. С. 158-163.

Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» // Гарант. 2022 [электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/?ysclid=1l7t5-hu2y713704034> (дата обращения: 10.10.2023).

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.

References

- Antonov, A.I. (1998). *Microsociology of the family (methodology of structures and processes)*. Moscow, Publishing house "Nota Bene", 360 p.
- Belkovsky, S.V. (2013). The concept of "family" in the modern mass Russian press. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University, named by N.I. Lobachevsky*. No. 4(2). P. 193-199.
- Dzyaloshinsky, I.M. (2017). *Professional ethics of a journalist: textbook and workshop for academic bachelor's degree*. Moscow, Yurayt Publishing House, 412 p.
- Erofeeva, I.V. (2009). *Axiology of media text in Russian culture (value reflection of journalism at the beginning of the 21st century)*. Chita, ZabSU Publ., 297 p.
- Zamotina, N.N. (2015). Family in Russian magazine periodicals: information practices in the context of anti-crisis strategies. *Mediascope* [Electronic resource]. URL: <http://www.mediascope.ru/1687>(date of application: 10/10/2023).
- Lazutina, G.V. (2013). *Professional ethics of a journalist*. Moscow, Aspect Press Publ., 224 p.
- Mishchenko, V.A. (2013). Review of the Russian family in the media. *Bulletin of the Novosibirsk State Pedagogical University*. No. 6(16). P. 77-82.
- Nersesova, T.E. (2011). Axiological basis of media content as a way of forming subjective perception of cultural values of society and their assessment. *Mediascope*. No. 2 [Electronic resource]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/835> (date of application: 10/10/2023).
- Ponomareva, E.V. (2017) Axiological component of the communicative space of media discourse (on the example of English-language Internet media). *Bulletin of Kemerovo State University*. No. 3. P. 198-204.
- Svitich, L.G. (2016). Content analysis of family values in print. In: *"Language in the coordinates of mass media."* Medialinguistics: materials of the I International scientific-practical conf. St. Petersburg, St. Petersburg State University Publishing House. P. 195-198.
- Svitich, L.G. (2022). Philosophical categories as axiological gnoseologemes of journalism. In: *Media in the modern world*. Materials of the 61st St. Petersburg Readings. St. Petersburg, Mediapapir Publ. P. 63-64;
- Sidorov, V.A., Ilchenko, S.S., Nigmatullina, K.R. (2009). *Axiology of journalism: experience in the formation of a new discipline*. St. Petersburg, Rose of the World Publ., 174 p.
- Tuchkova, V.V. (2012). Reflection of family values in the Russian media. *News of the Russian State Pedagogical University named after A.I. Herzen*. No. 150. P. 158-163.
- Decree of the President of the Russian Federation of November 9, 2022 No. 809 "On approval of the Fundamentals of State Policy for the Preservation and Strengthening of Traditional Russian Spiritual and Moral Values" [Electronic resource // Garant, 2022. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/?ysclid=ll7tw5hu2y713704034> (date of application: 10/10/2023).

Frolova, T.I., Frolova, V.I., Nurilova, P.V. (2022). Representation of current statuses of parenthood in the Russian media: a review of practices in the aspect of media transit. *Questions of theory and practice of journalism*. Vol 11. No. 4. P. 710-729.

FAMILISTIC MEDIA DISCOURSE: ON THE PROBLEM OF DEFINITION OF THE CONCEPT

Natalia O. Avtaeva, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Journalism of Nizhny Novgorod State University, N.I. Lobachevsky, e-mail: zhurnalistnngu@mail.ru

Abstract. The interest of media researchers in the problem of values has formed a new scientific direction – media axiology. The issue of preserving traditional spiritual and moral values was actively discussed in the legal sphere, which was reflected in laws. The institution of family is an important axiological basis; family values can be considered traditional. The representation of the family institution in the media and the development of media axiology determined the importance of analyzing familistic media discourse.

Keywords: axiological approach, familistic media discourse, media axiology, family values, familism.

Статья поступила в редакцию 22.09.2023
Принята к публикации 27.12.2023