

# ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070

## СЕМЕЙНАЯ ТЕМАТИКА В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

© 2012 г.

*Н.О. Автаева*

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

zhurnalistnngu@mail.ru

*Поступила в редакцию 09.12.2011*

Анализируются материалы современных печатных СМИ в контексте формирования ценностей семьи, материнства и детства. Пресса является действенным механизмом моделирования устойчивых общественных стереотипов.

*Ключевые слова:* демографическая политика Российской Федерации, современные СМИ, семья как социальный институт, семейная политика, социальные стереотипы.

Процесс общественной трансформации России не только затронул экономическую и политическую составляющие жизни, но и оказал существенное влияние на сферу семейно-брачных отношений. Современные социологи и демографы признают, что институт семьи претерпевает серьезные изменения: одни полагают [1], что можно говорить о реорганизации и прогрессивном развитии данного института, другие [2; 3] придерживаются точки зрения, согласно которой традиционная семья регрессирует, разрушается, дезорганизуется. И, действительно, современные тенденции таковы, что, с одной стороны, видны объективные позитивные изменения в семейном устройстве: равенство супругов, демократичный способ общения взрослых с детьми, учет мнений и позиций всех членов семьи при принятии решений и т.д. Однако наряду с этим можно говорить и о таких явлениях, как возрастание числа разводов, увеличение добрачных связей и внебрачных форм сожительства, рост числа детей, оставшихся без попечения родителей, снижение рождаемости. Поэтому наиболее эффективным механизмом, который снизит негативные последствия процесса трансформации семьи как социального института, представляется эффективная семейная политика, направленная на укрепление брака, усиление связи и взаимопомощи между поколениями.

Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная Указом Президента РФ № 1351 от 9 октября 2007, предполагает, в числе других, решение задач укрепления института се-

мьи, возрождения и сохранения духовно-нравственных традиций семейных отношений, пропаганды семейных ценностей. Для этого необходимы действия по следующим направлениям:

1) развитие системы консультативной и психологической поддержки семьи в целях создания благоприятного внутрисемейного климата, профилактики семейного неблагополучия, подготовки и комплексного сопровождения семей, принимающих на воспитание детей, оставшихся без попечения родителей;

2) пропаганда ценностей семьи, имеющей нескольких детей, а также различных форм семейного устройства детей, оставшихся без попечения родителей, в целях формирования в обществе позитивного образа семьи со стабильным зарегистрированным браком супругов, имеющих нескольких детей или принимающих на воспитание детей, оставшихся без попечения родителей;

3) реализация комплекса мер по дальнейшему снижению числа преждевременного прерывания беременности;

4) повышение обязательств родителей по обеспечению надлежащего уровня жизни и развития ребенка; создание специализированной системы защиты прав детей.

Реализация демографической политики Российской Федерации будет осуществляться в три этапа. На первом этапе (2007–2010 годы) в субъектах Российской Федерации были разработаны региональные демографические программы, направленные на улучшение ситуации, учитывающие специфику каждого региона, проведены исследования, а также приняты ме-

ры, направленные на преодоление сложившихся негативных тенденций демографического развития. В 2011 году начинается основной этап реализации программы. Одним из направлений информационного обеспечения программы является взаимодействие со СМИ: расширение социальной рекламы, выпуск тематических программ, специализированных газет и журналов, увеличение материалов по семейной тематике в общественно-политических СМИ. Поэтому наше исследование, которое проводили студенты филологического факультета в рамках курса «Семейная тематика в печатных СМИ», основывалось на анализе печатных изданий, а именно на анализе частотности и модальности освещения семейной тематики. Объектом исследования выступали федеральные и региональные издания. Анализировался лексический материал следующих изданий: «Комсомольская правда», «Известия», «Новое дело», «Аргументы и факты», «Нижегородские новости», «Московский комсомолец» за период с декабря 2009-го по февраль 2010 года.

Контент-анализ публикаций печатных СМИ осуществлялся и по количественным, и по качественным показателям. Цель количественного контент-анализа – проследить частотность обращения печатных СМИ к семейной тематике. Качественный контент-анализ позволил выявить оценочные лексемы в материалах, посвященных проблеме семьи. Анализируемые материалы изначально были соотнесены с тремя тематическими группами.

1. Материалы, посвященные вопросам демографической политики государства, сохранению традиционного института семьи, охране материнства и детства, законодательным инициативам в сфере демографии, женского репродуктивного и детского здоровья и т.д.

2. Публикации о конкретных семьях: проблемы, радости, свершения. Воспитание детей, отношения внутри семьи. Проблемы взаимоотношений отцов и детей.

3. Материалы о проблемах устройства в семью детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Жизнь, проблемы и быт детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

Информационная политика анализируемых изданий по вопросам освещения семейной тематики сильно различается. Количественный контент-анализ показал, что по частоте обращения к проблемам семьи периодические издания условно можно поделить на две группы:

- газеты, в которых данная тема освещается регулярно;

- газеты, в которых материалы на данную тему появляются редко, наблюдается прямая зависимость от временных, событийных причин.

К первой группе мы относим: «Комсомольскую правду», «Новое дело», «Аргументы и факты»; ко второй – «Известия», «Нижегородские новости», «Московский комсомолец». Известно, что форма и размещение газетного материала позволяют дополнительно воздействовать на читателя, расположить его к прочтению материала, активизировать читательский интерес. Один из важнейших элементов формы публикации – это ее жанр. Анализируя материалы, освещающие семейную тематику, можно выявить следующую закономерность – более 78% материалов относятся к информационным жанрам (преимущественно заметка и отчет), 18% публикаций – это аналитические материалы (проблемная статья, корреспонденция), и только чуть более 3% – художественно-публицистические материалы (очерки). Примечательно, что по количеству аналитических материалов лидируют «Аргументы и факты» и «Известия».

Для выявления модальности текстов были упорядочены лексемы, которые придают тексту оценочность. Качественный контент-анализ печатных материалов основывался на выявлении смысловой доминанты содержания текста, что позволило выделить типы качественных моделей содержания. Лексемы, содержащие оценочность, были разделены на три категории: высказывания положительных, одобряющих эмоций; высказывания нейтральных эмоций и высказывания конфликтных, отрицательных эмоций. Отдельно осуществлялся анализ заголовков.

Анализ лексем позволил сделать вывод, что пресса тиражирует преимущественно образ малодетной семьи. Материалы, посвященные вопросам демографической политики государства, сохранению традиционного института семьи, охране материнства и детства, законодательным инициативам в сфере демографии, женского репродуктивного и детского здоровья встречаются не так часто. Исключением можно считать «Аргументы и факты», это издание уделяет достаточно много внимания обозначенным проблемам, об этом свидетельствуют и заголовки: «Дети в приоритете», «С заботой о будущем», «Что у нас с демографией?» и т.д. Также «АиФ» регулярно публикует материалы о многодетных семьях. Необходимо отметить информационную политику газеты «Новое дело», за анализируемый период было опубликовано по этому направлению только шесть материалов, но даже заголовки несут в себе деструктивное начало:

«Бой-папа», «Право на лево», «Брак семьи», «Дитя раздора».

Материалы о проблемах устройства в семью детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, есть практически в каждом издании. Но лидерами в освещении данной темы являются «Комсомольская правда», «Нижегородские новости» и «Новое дело». Примечательно, что первые два издания изобилуют публикациями нейтральной и позитивной модальности, последнее – негативной. Это находит выражение в заголовках: «Где помогут взять в семью сироту», «Как стать мамой напрокат?», «Глаза светятся надеждой», «Нашли маму и дом», «Хочу такую же семью», «Продажа сирот из России приносит миллионы долларов», «Детей-сирот лишали жилья».

Публикации о конкретных семьях, о воспитании детей, отношениях внутри семьи доминируют. Эти темы поднимаются часто во всех анализируемых изданиях, но если «Московский комсомолец» акцентирует внимание читателей на проблемах неблагополучных семей: «Муж принес сына и дочь в жертву жене», «Дочь плачем довела мать до убийства» и т.д., то, например, «Нижегородские новости» тиражируют образ счастливых семей: «Повенчанные спортом», «Бриллиантовые пары», «Хочу такую же семью». Для «Комсомольской правды» характерны материалы, пытающиеся обозначить выход из проблемной ситуации, предложить алгоритм действий: «Как быть, если ребенка не берут в 1-й класс», «Замуж за 2 месяца», «Дети из пробирки: есть ли опасность для будущих мам?», «С чего начать, решив зачать?» и другие.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что современная пресса, обладая огромными потенциальными возможностями для изменения общественных стереотипов, продолжает тиражировать идеологию малодетности. По-прежнему во многих журналистских публикациях установка делается на независимость, личностный успех в противовес ценностям семьи и материнства в частности. Материалы, способствующие формированию в обществе позитивного образа многодетной семьи с

кровными и приемными детьми, присутствуют, но они эпизодичны, в то время как большинство публикаций поднимают такие проблемы, как жилищные условия, сложность совмещения профессиональных и семейных обязанностей женщины, недостаток финансовых средств. Преобладание информационных материалов в ущерб аналитическим и художественно-публицистическим приводит к тому, что на страницах СМИ фиксируются факты повседневной действительности: снижение прочности семейных уз, увеличение числа социальных сирот, рост числа разводов, а к анализу причин и к формулировке путей преодоления кризиса журналисты не обращаются.

Возможными механизмами решения сложившейся проблемы можно считать следующие: проведение различных мероприятий для журналистов – круглые столы, конференции – это способствует повышению профессионального и идейно-содержательного уровня печатных СМИ, профессиональные конкурсы – для стимулирования творческой деятельности журналистов.

Пропаганда ценностей института семьи, повышение престижности и актуальности полной, крепкой и многодетной семьи, регистрации брака, подготовка молодого поколения к семейной жизни, популяризация практики усыновления семьями детей-сирот – на сегодняшний день это самые приоритетные направления «семейной тематики», которые должны систематически и многогранно освещаться современными СМИ.

#### Список литературы

1. Население России. Ежегодный демографический доклад / Отв. ред. А.Г. Вишневский и С.В. Захаров // Евразия. 1993. № 4. 87 с.
2. Антонов А.И. Социология семьи. М.: Изд-во Международного университета бизнеса и управления, 1996. 304 с.
3. Борисов В.А. Депопуляция в России: причины и следствия, пути преодоления // Демографические процессы и семейная политика: региональные проблемы: Материалы Всероссийской научно-практической конференции в Липецке 28–30 сентября 1999 г. М.: МГУ, 1999. С. 15–24.

## FAMILY TOPICS IN TODAY'S PRINT MEDIA

*N.O. Avtaeva*

Materials of modern print media are analysed in the context of forming the values of family, motherhood and childhood. The press is an effective mechanism for modeling sustainable social stereotypes.

*Keywords:* demographic policy of the Russian Federation, modern mass media, family as a social institute, family policy, social stereotypes.