

Трансформация медиаобраза семьи: конструирование семейных идеалов в цифровой среде

Научный руководитель – Киреева Ольга Феликсовна

Умрихина Т.В.¹, Моржова У.В.²

1 - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт государственной службы и управления, Отделение журналистики, Москва, Россия, *E-mail: umrixina04@mail.ru*; 2 - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт государственной службы и управления, Отделение журналистики, Москва, Россия, *E-mail: uliinafedmur15.04@gmail.com*

Медиа в современном информационном обществе играют ключевую роль в конструировании реальности, а семейные ценности при этом являются одним из приоритетных объектов их системной репрезентации. Россияне стремятся к модели «крепкой семьи», одновременно с этим количество разводов продолжает расти. В связи с этим противоречием, СМИ сталкиваются с необходимостью активно формировать семейные ценности в сознании людей.

Согласно статистике аналитического центра ВЦИОМ, в 2023 году распались 7 из 10 браков, что говорит о кризисе института семьи [1]. Освещая подобные проблемы в медиатекстах, СМИ выбирают формат профилактических и разъяснительных материалов. Негативные аспекты семейной жизни – такие как конфликты, разводы значительно реже выносятся в центр внимания.

Исследователь Е.Л. Вартанова считает, что процесс принятия решений большинством людей и само существование их в значительной степени определяется СМИ [2]. В условиях медиазависимости общества возрастает ответственность СМИ за отбор транслируемых ценностей и способы их подачи аудитории. значимые. Особую роль приобретает не только содержание, но и форма трансляции: выбор героев, эмоциональная тональность, акценты в заголовках и визуальные образы.

СМИ переходят от информирования к конструированию и формированию определенных тенденций в освещении семейной тематики. Современное медиапространство демонстрирует доминирование таких репрезентативных типов, как «семья с детьми», «многодетная семья», «молодая семья». Также все чаще в СМИ встречается понятие «студенческая семья», что показывает трансформацию семейных ценностей. В свете выявленных тенденций в репрезентации семейных типов, СМИ сталкиваются с вызовом по адаптации своих механизмов.

Методология исследования. Целью контент-аналитического исследования было изучение медиарепрезентации по теме семейных ценностей. Для выявления устойчивых смысловых акцентов и повторяющихся ценностных установок в медиадискурсе семьи был проведен анализ 30 публикаций федеральных онлайн – СМИ за 2023-2025 годы. В рамках исследования особое внимание уделялось лексическому наполнению текстов, а также частотности употребления ключевых слов и выражений, связанных с тематикой семьи и семейных ценностей.

Результаты анализа. Исследование показало, что репрезентация семейных ценностей строится вокруг устойчивых идеологем, среди которых доминируют образы семьи как социально значимого института, нуждающегося в государственной и материальной поддержке. В ходе изучения были выявлены следующие идеологемы: «семья как базовая ценность», «дети, как приоритет», «государство – защитник», «материальная поддержка семьи», «институт семьи подвержен кризисам», «любовь - основа семьи».

Также в рамках исследования был выявлен рост числа публикаций по семейной тематике в телеграм-канале Государственной Думы РФ за 2023 года, 2024 года и 2025 года [3]. Анализ показал, что в 2024 году количество публикаций, связанных с семейной тематикой, значительно превысило показатели других лет. Эта динамика свидетельствует о заметном увеличении внимания к семейной тематике в медиа в период «Года семьи», когда на нее приходилось 14% всех публикаций. Для сравнения, в 2023 году этот показатель составлял 11,3%, а в 2025 году 8,9%.

Таким образом, медиа, отбирая темы, задавая интерпретационные рамки и формируя эмоциональные акценты не только отражают существующие социальные нормы, но и конструируют реальность, в частности, семейные ценности.

Источники и литература

- 1) Смак. Т. Развод по-русски / Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) : <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/razvod-po-russki>
- 2) Вартанова Е.Л. От человека социального — к человеку медийному // От книги до Интернета. М.: МедиаМир, 2009.
- 3) Официальный Телеграмм-канал Государственной Думы Российской Федерации: http://t.me/duma_gov_ru