Полина Дмитриевна Синенко

Российский университет дружбы народов (Москва)

[sinenko.polina22@mail.ru](mailto:sinenko.polina22@mail.ru)

**Роль массмедиа в формировании позитивного восприятия семейной политики в РФ: когнитивное воздействие**

В данной статье анализируются основные аспекты проблемы формирования образа семьи в СМИ. В первую очередь речь идет о том, как продвигаются семейные ценности в медиапространстве Российской Федерации. В статье осмысливается концепция когнитивного влияния на чтение публикаций, побуждающих молодое поколение к осознанию аутентичных российских ценностей

Ключевые слова: аффорданс, семья, текст, медиадискурс, фотография.

В последние годы в отечественной научной литературе широко обсуждается вопрос о влиянии массмедиа на формирование образа современной семьи. Негативные явления в сфере семьи и брака в современной России постепенно нарастают. Это выражается в росте числа разводов, распространении идеала однодетной семьи в информационных полях, снижении рождаемости и отказе от выполнения семейных функций, а также в ослаблении семейных связей и распространении различных антисоциальных форм поведения в семейной среде. Статистические данные с официального сайта Росстат отражают современную ситуацию по соотношению браков и разводов за последние пять лет: анализ данных показывает, что, несмотря на высокий уровень разводов, значительного снижения количества браков не произошло. Cредства массовой информации, участвующие в формировании общественного мнения, продвигают ценностные ориентиры русского мира и культуры. Российские СМИ реагируют на четко формулируемую государством задачу о программном освещении поддержки семьи, многодетности, материнства. В проведенном нами исследовании особым потенциалом воздействия обладают аффордансы, т.е. подпись под фотографиями. Например, в «Московском комсомольце» под одним из фото подпись: «Младшее поколение многодетных Никитиных», относящееся к группе «многодетная семья».

В последние годы федеральные каналы транслируют национальную идею о возрождении пророссийской культуры. Однако программ, ориентированных на молодежь, очень мало. За исключением таких, как ток-шоу «Большие» (канал «Культура»), в котором довольно часто и серьезно затрагиваются темы молодых семей и воспитания детей. Также каналы «Радость моя» и «Союз» транслируют традиционные родительские ценности, характерные для русской культуры. Программа «Семь Я», регулярно выходящая на православном телеканале «Союз», посвящена опыту воспитания детей в многодетной семье. В результате на медиаплатформах СМИ доступно большое количество программ и информации на тему семьи, но основной интерес аудитории сосредоточен на телеграм-каналах и онлайн-платформах, что ставит вопрос о том, сколько молодые люде смотрят и интересуются подобными программами. Основной интерес проявляется к развлекательным источникам.

Поскольку современная аудитория все больше времени проводит в мессенджерах, она сталкивается с такими инструментами, как эмодзи, еще на этапе погружения в устройство. С новыми обновлениями эмодзи словно транслируют противоречивые принципы и ценности российской культуры. В центре нашего исследования – образ семьи в медийном дискурсе, мультимедийные инструменты, позволяющие наряду с вербальными знаками актуализировать дискурс о семье в медиапространстве. В западных медиа превалирует контент такими ориентирами культуры, как «жить в удовольствие» и «только ради себя». Однако государственная политика в Российской Федерации, отражаемая в СМИ, нацелена на поддержку семьи и создание благоприятного образа семьи.

Безусловно, восприятию содействуют и оказывают особое когнитивное воздействие на аудиторию тексты, в которых вербальный знак сочетается с семиотическими знаками – изображение, фото, видео инфографику.

Литература

1. Иванов П. К., Катышев П. А. Интерперсональный потенциал поликодовых текстов современной интернет-коммуникации // Культура и текст. М., 2021. С. 253–266.
2. Карпова А. В. Кризис формирования семейных ценностей как отражение современного состояния семейно-брачных отношений // Государственное и муниципальное управление. M., 2013. С. 206–213.
3. Клушина Н. И. Современный медиадискурс и его коммуникативно-стилистические особенности // Мир русского слова. 2010. № 2. С. 25–29.
4. Савинова О. Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ: к проблеме освещения семейных ценностей // Медиаскоп. М., 2012. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1172>.
5. Червякова Л. В. Семиотический подход к анализу креолизованных текстов на предмет выявления экстремистской направленности // Известия Саратовского ун-та. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. Саратов, 2016. Т. 16. № 1. С. 77–79.