

5. Никитин, М.И. Игровые методики при обучении креативным приемам в рекламе (тезисы доклада) / М.И. Никитин // Студенческий фестиваль рекламы Miracle 2002: сборник тезисов участников Методического совета. – М., 2002.
6. Никитин, М.И. О явлении семантического усиления в процессе рекламной коммуникации / М.И. Никитин // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра: научные труды МГИ им. Е.Р. Дашковой. – М., 2003.
7. Никитин, М.И. Словесная игра как инструмент семантического усиления в рекламной коммуникации (тезисы доклада) / М.И. Никитин // Профессиональная подготовка специалистов для рекламной индустрии: мировой опыт: материалы Научно-методического совета Студенческого фестиваля Miracle 2003 в рамках Международной научно-практической конференции «Рекламная индустрия и современное общество». – М., 2003.
8. Пирогова, Ю.К. Языковая игра в коммерческой рекламе / Ю.К. Пирогова // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. – М., 2000.
9. Регина, Л. Заголовок – всему голова / Л. Регина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: spb.ru/publish/newspaper/number\_3/reginya. – Дата доступа: 15.09.2015.
10. Самарцев, О.Р. Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики: учебное пособие / О.Р. Самарцев. – М., 2007.
11. Санников, В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – М., 1999.

**Луиза Свитич**

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Россия)*

## **СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ В КОНКУРСНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ (контент-аналитическое исследование)**

В статье представлены результаты контент-аналитического исследования публикаций, присланных на конкурс «Семья и будущее России», который проводит Фонд Андрея Первозванного. Исследование осуществлено в 2015 году на факультете журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (руководитель проекта Е.Л. Варганова, руководитель контент-аналитического исследования Л.Г. Свитич, участники исследования Е.В. Зеленина, Н.Н. Замотина, О.С. Рязанцева). Проанализировано 920 публикаций по нескольким категориям: тематика и проблематика, субъекты и объекты публикаций, ценностные ориентации, жанровая и стилистическая структура публикаций о семье. В данной статье речь пойдет о том, какие семейные ценности отражены в конкурсных публикациях.

Семья – это основа общества, база для сохранения и воспроизводства населения, носитель идентичности народа, хранитель его базовых ценностей, воспитатель молодого поколения. Но с 1990-х годов, с начала перестройки, изменения политического и социального строя в России, в результате замещения отечественных ценностей, в том числе в сфере семьи, нарастали негативные тенденции, размывался институт семьи, резко ухудшилось мате-

риальное состояние большинства семей, увеличилось количество внебрачных отношений, разводов, аборт, брошенных, бездомных детей, выросла детская преступность, распространялся алкоголизм, наркомания, игромания. И одним из главных стимуляторов этих процессов, к сожалению, оказались средства массовой информации, особенно телевидение и желтые издания. Бывшие комсомольские газеты, которые издавались прежде в каждой области, в массовом порядке переквалифицировались в коммерческие бульварные издания. Детские и просветительские журналы в связи с тяжелой финансовой ситуацией либо закрылись, либо сократили до десятков тысяч свои прежде миллионные тиражи. На их место хлынули западные аналоги коммерческих изданий с не российским контентом и системой ценностей. «Глянцевые журналы», издаваемые в основном западными издателями, заполнили российский рынок и стали пропагандировать западные ценности в сфере семейных отношений, взаимоотношений полов.

Официальная статистика показывала крайне негативные тенденции в сфере семьи, семейных отношений в те годы. Процент разводов с 1960 года, когда их было всего 12% от числа браков, неуклонно рос, достигнув 83% в 2002 году [2]. Сейчас положение улучшается, но все равно распадается каждый второй брак. Нерожденные дети, детские болезни, депрессии – все это следствие негативных процессов 1990-х годов. В результате, российское правительство предприняло ряд серьезных мер по улучшению ситуации в данной сфере, разработаны важные документы: «Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» (2007 г.), «Национальная стратегия действий в интересах детей на 2012–2017 годы» (2012 г.) и другие. В 2014 году принята «Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года», в которой также намечались меры по исправлению ситуации. Сегодня статистика говорит о том, что уменьшилось количество абортов, снижается число детей, рожденных вне брака, наметилась позитивная тенденция к сокращению численности детей, родители которых лишены родительских прав, повысилась доля вторых и последующих рождений в общем количестве рождений. Естественно, что основная нагрузка по решению проблем, отмеченных в Концепции, лежит на государственных органах. Но эта работа должна быть обеспечена и информационно, поэтому в Концепции акцентируется внимание на том, что необходимо «проведение в средствах массовой информации на постоянной основе целенаправленной пропаганды в поддержку традиционных ценностей семьи и брака, морали и нравственности... способствующих формированию позитивного отношения к браку, родительству, достойному отношению к старшему поколению и родному дому» [1, с.16].

Одним из весьма эффективных способов привлечения журналистов к освещению семейной тематике является ежегодный Всероссийский конкурс

«Семья и будущее России», который проводит Фонд Андрея Первозванного [3]. За 2014 год в Фонд от журналистов печатных изданий прислано более 3 тысяч публикаций. Перед исследователями стояла задача проанализировать на основе выборки часть этих публикаций и зафиксировать их характеристики. В результате было изучено методом контент-анализа 760 газетных и 160 журнальных публикаций из районных, городских, региональных и федеральных изданий.

В Концепции государственной семейной политики к традиционным семейным ценностям относятся «ценности брака, понимаемого как союз мужчины и женщины, основанный на государственной регистрации в органах записи актов гражданского состояния, заключаемый в целях создания семьи, рождения и (или) совместного воспитания детей, основанный на заботе и уважении друг к другу, к детям и родителям, характеризующийся добровольностью, устойчивостью и совместным бытом, связанный с взаимным стремлением супругов и всех членов семьи к его сохранению» [1, с. 10].

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в декабре 2014 г. провел репрезентативный опрос россиян, в результате которого выяснилось, что 94 % опрошенных называют первостепенными задачами создание хорошей семьи (94 %), воспитание детей и обеспечение их будущего (95 %). Об этом же говорят результаты исследования формы «Циркон» [4] (табл. 1).

Таблица 1

### Характер отношения к семье и браку

(в % от всей выборки)

Одобрительное отношение	%
Полная семья (наличие обоих супругов)	95
Официальный брак	89
Семья, где с уважением и почтением относятся к старшим членам семьи (старшему поколению) и прислушиваются к их мнению	89
Семья, в которой оба супруга обеспечивают семью и вместе занимаются домом/детьми	87
Семья, в которой муж в основном обеспечивает семью, а жена в основном занимается домом/детьми	86
Семья с 1–2 детьми	86
Один брак на всю жизнь	83
Семья, состоящая только из супругов и их детей (бабушки-дедушки и другие родственники живут отдельно)	79
Многодетная семья	77
Семья с приемными детьми	75

Большая многопоколенная семья	68
Церковный брак	60
<b>Неодобрительное отношение</b>	
Однополые отношения	88
Супружеские измены	84
Многомужество	82
Свободная любовь, свободные нравы, случайные отношения	78
Многоженство	77
Добровольная бездетность	63

Как видим, здесь превалирует мнение людей, ориентированных на нормальную дружную, здоровую, полноценную семью с детьми, в том числе и приемными. Такая семья живет в официальном браке, с уважением относится к старшим, совместно занимается домашним хозяйством. Прежде всего, по результатам опроса, семью характеризуют любовь и взаимопонимание, а также уважение и дружба, счастье и доверие, верность и согласие.

Именно таким образом, судя по контент-анализу, ориентированы авторы публикаций, присланных на конкурс «Семья и будущее России», и их герои (табл. 2).

Таблица 2

### Условия благоприятного психологического климата в семье

(в % к числу публикаций)

Условия	%
Любовь, душевная привязанность	33,9
Сплочённость	32,5
Взаимопонимание, общность взглядов, интересов	20,0
Ответственность	19,6
Уважение	15,8
Взаимопомощь, взаимоподдержка, самоотверженность в семейных отношениях	15,8
Устремлённость на семейное долголетие	14,2
Доверие	14,1
Доброта, сочувствие, умение прощать	11,4
Эмоциональная удовлетворённость, радость, счастье	10,6
Сходство семейных ценностей, следование семейным традициям	10,3
Вместе выполнять домашнюю работу	8,6
Готовность к компромиссу, умение не раздувать конфликты, мириться, терпение	8,4
Умение считаться с потребностями членов семьи, уступать друг другу	8,3

Каждый член несёт свою часть ответственности за семью в целом	8,2
Супружеская верность	8,0
Дружба, высокая доброжелательная требовательность членов семьи друг к другу	6,3
Почтение к родителям	6,3
Возможность всестороннего развития личности каждого её члена	5,8
Готовность помочь членам семьи, защитить слабого	5,8
Подчёркивать достоинства и добрые дела каждого	5,4
Стремление проводить свободное время в домашнем кругу	5,3
Постоянное общение	5,2
Гордость за принадлежность к своей семье	5,0
Беседовать на интересующие всех темы	4,4
Чувство защищённости и эмоциональной удовлетворённости	4,3
Чувство значимости для своей семьи	3,9
Адаптивность в семейных отношениях	3,6
Честность, порядочность в отношениях	3,6
Достойное материальное положение	3,4
Бескорыстие в отношениях	1,9

Отрадно, что на первом месте любовь и душевная привязанность (34 % публикаций). И далее условия, связанные с общностью и взаимответственностью (от 20 до 10 %) по убывающей: сплочённость, взаимопонимание, общность взглядов, интересов, ответственность, уважение, взаимопомощь, способность к самоотверженности в семейных отношениях, ориентация на семейное долголетие, доверие, доброта, сочувствие, умение прощать, эмоциональная удовлетворённость от жизни в семье, сходство семейных ценностей, следование семейным традициям. Следующий блок условий (от 9 до 5 %) связан скорее с реальной совместной жизнью: готовность к уступкам, компромиссам, доброжелательность, умению терпеть и прощать, уступать друг другу, постоянно общаться, гордиться семьей, уважать членов своей семьи и уметь защитить их.

О чем говорят эти данные? О трех важных аспектах. Во-первых, о том, что благополучные семьи потому и благополучны, что исповедуют эти качества. Во-вторых, о том, что конкурсанты выбирают в качестве своих героев семьи с таким кругом ценностей. И, в-третьих, сами журналисты имеют сущностную ценностную ориентированность в семейной проблематике.

Но ясное всего ценностные приоритеты конкурсных публикаций прослеживаются при фиксации того, какие качества воспитывают родители у своих детей (табл. 3).

**Качества, которые родители воспитывают в детях**  
(в % к числу публикаций)

<b>Традиционалистские качества</b>	<b>%</b>
Грудолюбие	31,7
Ответственность	18,3
Любовь к родине, уважение к ее традициям, культуре, патриотизм	16,6
Нравственность	12,9
Доброжелательность, дружелюбие	9,2
Уважение семьи, умение учитывать интересы семьи, помогать родственникам	8,4
Честность, порядочность, совестливость	8,3
Способность вести здоровый образ жизни	7,2
Умение ладить с другими людьми	5,4
Миролюбие	4,4
Готовность помочь другим людям, альтруизм	4,3
Уважение к старшим, к авторитетным людям	4,2
Воспитанность, вежливость, хорошие манеры	4,1
Человеколюбие, милосердие	4,0
Дисциплинированность, послушание, пунктуальность	3,8
Аккуратность, опрятность	2,7
Бережливость в отношении денег и вещей	2,3
Чувство справедливости	2,3
<b>Адаптационные качества</b>	
Любознательность, интеллект, широта мышления	18,8
Активность, целеустремленность	17,5
Воображение, креативность	14,0
Самостоятельность и независимость	9,3
Сила, напористость	5,4
Стремление к успеху, соревновательность	5,2
Терпимость, толерантность	3,8
Индивидуализм	2,3
Самоконтроль	1,6
Адаптивность, умение приспособиться к обстоятельствам, осмотрительность	0,1

В этом списке преобладают традиционалистские качества: трудолюбие, любовь к Родине, уважение традиций, нравственность, доброжелательность, честность и порядочность, уважение семьи и способность помогать родственникам; а также современные адаптивные качества, которые помогают реализоваться в жизни: любознательность, рациональный интеллект, активность и целеустремленность, самостоятельность и независимость. Аутсайдерами в рейтинге оказались приспособительность, осмотрительность и индивидуализм.

Таким образом, журналисты в конкурсных материалах пишут в основном о традиционных качествах и отстаивают отечественную систему семейных ценностей. Их герои сами живут в соответствии с этими ценностями и своим детям передают базовые качества трудолюбия, ответственности, патриотизма, уважения семьи, доброжелательности, способности помочь близкому, миролюбие, честность, порядочность. Но одновременно, стараются воспитать в них и адаптивные, активистские качества, чтобы дети не потерялись в конкурентном и довольно жестоким современном динамичном обществе.

#### *Литература*

1. Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года. – М., 2014.
2. Семья в России-2008. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b08\\_69/IssWWW.exe/Stg/01-11.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_69/IssWWW.exe/Stg/01-11.htm). – Дата доступа: 30.08.2015.
3. Семья и будущее России. Всероссийский конкурс журналистов. – М., 2014.
4. Формирование семейно-ориентированной информационной политики в современной России: запрос, содержание, методы. – М, 2013.

**Светлана Симакова**

*Челябинский государственный университет (Россия)*

## **ИНФОГРАФИКА: ОТ ПЕЧАТНЫХ СМИ ДО ТЕЛЕВИДЕНИЯ**

Одним из наиболее интересных и широко используемых сегодня средств визуализации данных является инфографика, призванная донести информацию до конечного потребителя медиапродукта в максимально наглядной и доступной форме. Мы отмечаем, что «сегодня именно инфографика является одним из универсальных средств визуализации информации, способствующий её скорейшему восприятию и пониманию» [7, с. 221]. Печатные СМИ осознали преимущества этого формата коммуникации в полной мере: сегодня редкое полноценное журнальное издание, в особенности, информационно-аналитического или научно-популярного характера обходится без инфографики, причем качество её исполнения тем выше, чем выше уро-