Екатерина Анатольевна Зверева

Светлана Александровна Серова

*Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина*

zvereva@tsutmb.ru

sserova@tsutmb.ru

**Медиарепрезентация базовых ценностей молодежной аудитории: семья**

Представлены методологические подходы к изучению репрезентации российской духовно-нравственной ценности «крепкая семья» в медиа ТГУ имени Г. Р. Державина, адресованных студентам. Авторами предлагается интегрированная методика, основанная на дискурс-анализе и анализе визуального контента.

*Ключевые слова*: молодежь, крепкая семья, ценности, репрезентация, университет.

Важным каналом взаимодействия с молодежной аудиторией выступают медиа вуза, которые характеризуются рядом технологических особенностей (интерфейсы, форматы, алгоритмы) и могут преобразовывать, и даже искажать, транслируемые ценности. Популяризация базовых ценностей в пространстве медиа вуза должна вестись с учетом особенностей используемых медиаплатформ, доступных для молодежной аудитории форматов, но без изменения их первоначального содержания.

Характер медиа вуза (клиповость, гибридность, алгоритмизация, виральность, эффект «эхо-камер») может привести к несоответствию традиционного, устоявшегося содержания базовых ценностей (например, семья, свобода, безопасность, справедливость) и характера их медиарепрезентации. Смысловое содержание ценности «крепкая семья» может редуцироваться до идеализированных («глянцевых») образов под воздействием сложившихся коммуникативных стратегий социальной сети. Данное несоответствие способно затруднить формирование устойчивых ценностных ориентаций у человека и общества в целом. Таким образом, медиа вуза не только являются трансляторами базовых ценностей, но обладают очевидным потенциалом для усиления их значения в глазах молодежной аудитории; либо же, наоборот, сложившаяся среда медиа вуза может провоцировать их обесценивание.

Обзор опубликованных работ убеждает нас, что несмотря на интерес к концептуальному осмыслению темы «крепкая семья», ее медийный аспект изучен недостаточно. Поэтому данное исследование представлений о семье как о базовой ценности, отраженной в медиа вуза, может быть использовано при формировании молодежной политики, для анализа функции медиа как регулятора социального поведения. Актуальность исследования определяется задачами государственной политики Российской Федерации в области сохранения и укрепления традиционных российских духовно-нравственных ценностей [1]. Новизна исследования заключается в комплексном подходе к изучению медиарепрезентации базовой ценности «крепкая семья» для молодежной аудитории. Впервые объектом анализа выбран контент университетских медиа (как традиционных, так и новых), ориентированный на молодежную аудиторию. Это позволяет охарактеризовать адресную модель и способы конструирования базовой ценности «крепкая семья».

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина является оператором Министерства науки и высшего образования Российской Федерации в области семейной политики, сохранения и популяризации семейных ценностей, создания комфортной среды в образовательных организациях высшего образования для молодых студенческих семей и обучающихся родителей с детьми в рамках реализации Федерального проекта «Поддержка семьи» национального проекта «Семья», что определяет выбор темы исследования и его проблемного поля.

Материал исследования – медиаконтент сайта вуза, видеохостинга RUTUBE, социальной сети ВКонтакте, который выводится алгоритмами по запросам «семья», «ТГУ Державина», «Державинский университет», «ТГУ имени Г. Р. Державина».

Предлагается и апробируется интегрированная методика, объединяющая дискурс-анализ в целях выявления языковых стратегий и идеологических установок, визуальный анализ (анализ изображений, видео, «коротких видео», мемов) для определения имплицитных способов репрезентации базовой ценности «крепкая семья».

Результаты исследования включают в себя систематизацию и классификацию форматов медиарепрезентации базовой ценности «крепкая семья» в университетских медиа (освещение университетских событий, объединенных темой «Семья», специальные рубрики, спецпроекты, тематические интервью, конкурсы с участием семей с детьми). На основе корреляции между форматами репрезентации базовой ценности «семья» и степенью вовлеченности аудитории определяются наиболее действенные (эффективные) форматы (например, «короткие видео», подкасты) для закрепления ценностных установок о семье у молодежной аудитории.

*Литература*

1. Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 года № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».