

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Blieva Karina Ruslanovna,  
leading expert of the Ministry of Industry,  
energy and trade of the Kabardino-Balkarian Republic;  
Master's student of the FSBEI of HE "Kabardino-Balkarian  
State University named after H. M. Berbekova "  
e-mail: k.blieva@yandex.ru  
ORCID 0000-0003-2966-1075

УДК 070

Научная статья

## ФОРМЫ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ В КБР

Габуева А. Н.

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х. М. Бербекова»,  
Нальчик, Россия*

### АННОТАЦИЯ

Статья раскрывает проблемы регионального телевизионного вещания в Кабардино-Балкарии. Одна из основных – жанровый анахронизм, полученный в наследство от системы советского ТВ, что тормозит развитие телевидения, создает определенные трудности и способствует потере массового зрителя. Авторы предлагают свою классификацию телевизионных передач, основанную на новых принципах.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** телевидение, Кабардино-Балкария, жанр, передача, проблема.

**DOI:** 10.24334/KBSU.2021.1.1.015

**Поступила в редакцию:** 15.01.2021

**В окончательном варианте:** 15.02.2021

**Для цитирования:** Габуева, А. Н. Формы телерадиовещания в КБР/ А.Н. Габуева. – Текст: непосредственный // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 158 – 166. – DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.015

### ВВЕДЕНИЕ

Возникшее в тридцатые годы, телевидение всего за три десятилетия – уже в начале шестидесятых – превратилось из невиданного экзотического развлечения в самое любимое, распространенное и влиятельное средство массовой информации и массовой коммуникации, победив радио. Из технического зрелища, таким образом, телевидение трансформировалось в мощный культурный, идеологический, политический, просветительский орган.

### МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

В данной работе применялись теоретико-методологические принципы диалектики и историзма, методы историко-сравнительного и системного анализа, междисциплинарный подход. Бесспорно, научные изобретения XX в. и начала XXI в. стали частью нашей жизни и принципиально изменили историю человечества, особенно – телевидение, о чем свидетельствует статистика. По мнению специалистов, телевизором пользуются более чем 90% реципиентов СМИ сегодняшней России [3].

Телегенность не шла в сравнение ни с одним техническим чудом вплоть до появления персональных компьютеров, впрочем, некоторые слои населения, например старшее поколение, по-прежнему предпочитают ТВ. Стоит привести некоторые цифры для того, чтобы продемонстрировать скорость распространения телевидения, например, в Кабардино-Балкарской Республике.

До Великой Отечественной войны о телевидении в Кабардино-Балкарии знали редкие специалисты. В пятидесятые обладателями телевизионных аппаратов стали 2 – 5% населения, в шестидесятые эта цифра выросла до 50 – 60%, в семидесятые-восемидесятые телевидение пришло в самые труднодоступные горные районы республики и стало повсеместным. В это же время появляется цветное вещание, телевизор становится многоканальным, расширяется вариативность телепросмотров, возникает множество технических достижений ТВ.

В современной Кабардино-Балкарии телевидение является важнейшим видом массовой медиа, то есть главным информационным каналом, влияющим на развитие национальной культуры. ТВ республики оказывает влияние на многие социальные слои, формируя культурогенез, социоантропогенез, воспитывая свою аудиторию, влияя на ее картину мира, культурные и социальные запросы.

Наша республика – девятый регион в Советском Союзе, где появилось своё телевидение. Годом рождения республиканского телевидения можно считать 1955-й, когда в Нальчике дебютировал любительский телецентр, ставший первым на Северном Кавказе, но уже через два года он, решением правительства КБР, приобрел статус государственного канала телевидения. Немногочисленные тогда телезрители восторженно приняли первую передачу, которая называлась “Телегазета “Нальчик””. Первая программа целиком состояла из рисунков, наклеенных на бумажную ленту, которую протягивали через эпидиаскоп вручную.

И только в восьмидесятых годах республика получила мощный современный телецентр площадью почти десять тысяч квадратных метров, к слову, имеющий до сих пор крупнейший павильон в регионе. Историческим можно назвать переход в 2014г. ГТРК “Кабардино-Балкария”, главного телеканала республики, на цифровое вещание, это во многом улучшило качество телевизионной продукции в аудио-визуальном аспекте. Тогда же ТВ КБР получило новое оборудование стоимостью свыше 120 млн рублей, что обеспечило выход в 1-й и 3-й мультиплексы с возможностью одновременного вещания на три канала, полную автоматизацию производства и доступ к общей базе данных, которая объединяет все телекомпании холдинга ВГТРК в единую сеть.

Сегодня в республике успешно работают и развиваются две государственные телекомпании – Филиал ВГТРК “ГТРК “Кабардино-Балкария”, ГУ ВТК “Кабардино-Балкария”. Каждая из них имеет свои технические возможности, концепцию вещания, почерк и стилистику. Однако есть важные универсальные характеристики, объединяющие как эти три студии, так и множество других на постсоветском пространстве телевизионного вещания в современной России. Выделим важнейшие из них, что, на наш взгляд, создает определенные проблемы в контексте достижений телевидения двадцать первого века: жанровый анахронизм.

Сам термин “жанр” является сквозными в дискурсе художественного рефлексирования, теории искусств, философии творчества (в литературе – роман, повесть, рассказ, в музыке – симфония, кантата, песня, в живописи – портрет, пейзаж, натюрморт).

Советская тележурналистика исходила из того, что жанр – производное четырех элементов:

1. Характер самого отражаемого объекта.
2. Его конкретное назначение.
3. Масштаб охвата действительности.
4. Изобразительно-выразительные средства отражения действительности.

Таким образом, можно прийти к выводу, что жанр телевизионных передач есть определенный продукт творчества, который, с одной стороны, прежде всего, опирается на реальные факты повседневной жизни людей, с другой – использует некие инструментарию с учетом информационных потребностей телезрителей, с третьей – использует технические возможности телеканала в их репрезентативности и учитывает все возможности научно-технического прогресса.

Советская тележурналистика традиционно имела три основных вектора: информационные передачи, аналитические программы, документально-художественные проекты. Формы их представления на нашем республиканском телевидении почти не изменились с семидесятых годов, информация о фактах и событиях повседневной жизни сохранила как по форме, так и по содержанию все векторы традиционного советского телевидения, но стоит также признать, что сказанное можно адресовать как к региональному вещанию, так и телевидению России в целом. “Молодежь критически относится к эфирному телевидению не только из-за конкуренции со стороны новых медиа, но и в силу низкого качества продукции профессиональных медиа. Кроме того, представители молодежной медиааудитории участвуют в массово-коммуникационных процессах не только как потребители, но и как создатели собственного видеоконтента”, – пишет М. А. Мясникова, исследователь ТВ [6].

Просмотрев и проанализировав более ста пятидесяти передач местного телевидения, будь это новостная информационная программа, видеосюжет, выступление, интервью, репортаж, телеочерк о персоналии, можно прийти к выводу, что они строго ранжированы по жанрам и должны удовлетворять неписанные правила жанра, чья канва разработана давным-давно. “Сравнительный анализ с ранее существовавшими культурными средствами коммуникации показывает, что в основном телевидение предла-

гает зрителю уже существовавшие формы (новости, дискуссии, спектакли, кино, викторины, игры, спортивные передачи и т.п.) или их комбинации, хотя при этом некоторые из них получают специфическое развитие, выводящее их на качественно новый уровень (многосерийные телевизионные фильмы, документальная, драма, телевизионный репортаж, реалити-шоу и др.); при этом все используемые формы несут на себе отпечаток “телегенности” и участвуют в формировании “телевизионного потока” и медиареальности”[8].

Между тем необходимо, учитывая реалии времени и факты роста и развития ТВ, понять: главная структура телепередач – не жанровая принадлежность, а степень сложности показываемого материала и отношение к нему тележурналиста. Например, информационная программа не требует комментариев, не нуждается в элементах художественного образа, студия обязана транслировать корректно некий факт, некое событие, здесь, прежде всего, нужны оперативность и нормированная речь. Исполнители, творческие персоны – репортер и оператор. Условно назовем такие телепередачи простыми событиями. Параллельно с визуальным изображением, за которое отвечает оператор, приводится краткое вербальное сообщение, дающее полное представление о происходящем, за которое несет ответственность репортер. В международной практике телевидения эта работа выражается формулой 5W-H, то есть что, где, когда, почему.

Далее – аналитические программы, события средней сложности, требующие анализа. Они возвращают телезрителя к событиям, которые происходили когда-то, в какой-то определенный промежуток времени, и теперь коммуникатор обязан вникнуть в их суть, пролить свет на те страницы, которые стали доступны со временем, придать особую цельность той информации, которая когда-то прозвучала, опираясь на достоверные источники.

И, наконец, расследовательские программы, сложные события, требующие глубокого анализа, поисков, уточнения, работы с архивными материалами, большим спектром источников. Они должны раскрыть всесторонне и со всеми подробностями малоизученные, а может быть, специально замолчанные, упрятанные в угоду определенным силам истины, например острые материалы о коррупции, нарушении прав гражданина высокопоставленным лицом и т.д.

Такая классификация телепрограмм по степени сложности устранила бы тот самый анахронизм, противостояла бы тому хаосу, который существует сейчас, так как применима и к другим программам, поскольку деление жанров публицистики на обязательные группы и возведение между ними “каменных заборов” приводит к определенной степени неразберихи даже в профессиональном смысле.

На основе рассмотренных выпусков для анализа мы выделили десять тематических категорий:

1. Спортивные – сюжеты о спортивных событиях, соревнованиях, достижениях спортсменов, а также отдельные портретные репортажи, посвященные региональным спортсменам.

2. Культурные – сюжеты о культурных мероприятиях, фестивалях, праздниках, выставках, а также интервью с локальными деятелями культуры в рамках портретных репортажей.

3. Социальные – сюжеты о молодежи, здоровье, организации больниц и поликлиник, а также о социальной помощи и социальных проблемах (борьба с безработицей, очереди, пенсии, стипендии и так далее).

4. Актуальная информация, новостные программы.

5. Экономические – сюжеты об изменениях цен, разделении бюджета.

6. Религиозные – сюжеты о религиозной деятельности и праздниках.

7. Познавательные – сюжеты, не несущие актуально важную информацию, обычно не имеющие информационного повода, но призванные заинтересовать зрителя “интересными фактами”, некоторые тематические и портретные репортажи развлекательной тематики.

8. Политические – сюжеты о работе и организации госорганов, деятельности глав регионов, выборах.

9. Республиканские и городские – сюжеты на городскую тематику, посвященные городским преобразованиям, нововведениям и улучшению инфраструктуры, а также сюжеты о “проблемных участках” городов и сел.

10. Специальные репортажи – репортажи дольше средней продолжительности (7-15 минут), приуроченные к важному событию или рассказывающие о необычном явлении.

Всего было просмотрено 158 сюжетов на двух телеканалах.

К примеру, главный канал телевидения КБР имеет ряд цикловых передач, объединенных темой Великой Отечественной войны:

1. Труженики тыла.

2. Дети войны.

3. Забвению не подлежит.

4. Чтобы помнили.

5. Солдаты Победы.

6. Вспоминая о войне.

Даже не вникая особо в концепцию передачи, мы видим, что какие-то из них требуют большей подготовительной работы, сбора и анализа исторических фактов, обработки архивных документов, личного общения с информантами, отбора и систематизации телевизионного материала. Другие же могут ограничиться телевизионным интервью.

## **РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ**

История как таковая и история культуры в частности всегда стремились к упорядочению, системе. Сам термин “система” имеет древнегреческое происхождение и означает нечто целое, связанное из элементов, предназначенное для выполнения определенной функции. Надо полагать, что под жанровой системой телевидения надо подра-

зумевать контрапункт, обеспечивающий основную общественную функцию телевидения. Однако реалии современного ТВ таковы, что многие телевизионные проекты не входят в какой-либо определенный жанр.

Получается, что жанровая система ТВ, заимствованная из литературы и кинематографии, не может выразить все возможности современного телевидения, сравнительно молодого средства вещания в России, имеющего элементы искусства, а по мнению многих специалистов, являющегося полноценным членом семьи искусств, сочетающим в себе и документальность, и художественность, и импровизацию.

Отсюда задача: республиканскому телевидению Кабардино-Балкарии, как и всей телевизионной системе в целом, необходимо принимать во внимание специфику, особенности телевидения, в частности жанрового деления, в нынешнем, законсервированном формате, который давно тормозит развитие его концептуальной базы. Используя опыт Европы, учитывая необходимость интенсивного развития информационно-коммуникационных технологий, усиление конкуренции с Интернетом, дающим несравнимо большую возможность выбора, необходимо динамично обновлять палитру тележанров, исходя из логики вещей. «Однако и традиционное телевидение постепенно приспосабливается к современным условиям медиапотребления. Новые технологии превращают домашний телевизор во все более универсальное устройство, с помощью которого можно потреблять различный медиаконтент, в том числе и телевизионный. А телевизионная индустрия вступает во взаимодействие с сетевыми платформами, обладающими эффективными инструментами продвижения телеконтента», – пишет М. А. Мясникова [6].

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В реалиях сегодняшней политики вещания на телевидении КБР явная попытка насильно “всунуть” новый, актуальный материал в закрепившиеся, консервативные жанры тормозит развитие телевидения, создает определенные трудности и способствует потере массового зрителя. Поэтому представляется полезным и актуальным изучить опыт развитых стран, сумевших не быть привязанными к жесткой жанровой систематизации, исходя из профиля определенной редакции, в адаптации региональных медиасистем к требованиям новой эпохи. Мы полагаем, что такая жанровая свобода стала бы дополнительным стимулом для привлечения новых телезрителей и удержания основного состава постоянных зрителей.

**КОНКУРИРУЮЩИЕ ИНТЕРЕСЫ.** Конфликтов интересов в отношении авторства и публикации нет.

**АВТОРСКИЙ ВКЛАД И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.** Автор участвовал в написании статьи и полностью несет ответственность за предоставление окончательной версии статьи в печать.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

[1]. Брайант, Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайтан, С. Томпсон; пер. с англ. – Москва: Изд. дом “Вильямс”, 2004. – 432 с. – Текст: непосредственный.

[2]. Вьюгина, Д. М. Интернет в ежедневном медиапотреблении цифрового поколения России/ Д. М. Вьюгина – Текст: электронный // Медиаскоп. – 2018. – №3. – URL: <http://www.mediascope.ru/issues/851> (дата обращения 05.01.2021).

[3]. Вьюгина, Д. М. От аудитории к медиапотребителю: трансформация концепции аудитории в медиаисследованиях/ Д.М. Вьюгина – Текст: непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. – № 1. – С. 119 – 127.

[4]. Лукьянова, М. Н. Обратная связь с аудиторией через призму взаимодействия Интернета и телевизионных СМИ/ М. Н. Лукьянова – Текст: непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 18. – № 2. – С. 179 – 183.

[5]. Матвеева, И. П. Анализ динамики и состояния российской телевизионной аудитории/ И. П. Матвеева – Текст: непосредственный // Мировые цивилизации: сетевой науч. журн. – 2016. – Т. 1. – № 4. – С. 112 – 134.

[6]. Мясникова, М. А. Поколение цифровой эпохи как телеаудитория/ М. А. Мясникова – Текст: непосредственный // Российский человек и власть в контексте радикальных изменений в современном мире: Материалы XXI Российской научно-практической конференции (с международным участием). Екатеринбург, 2019.– С. 442 – 446.

[7]. Назаров, М. М. Измерения аудитории ТВ в современной мультиэкранной среде (практика зарубежных рынков) / М. М. Назаров – Текст: непосредственный; Аналитический центр VI. – Москва: НИПКЦ Восход-А, 2015.– 227 с.

[8]. Полуэхтова, И. А. Телевидение и его аудитория в эпоху Интернета: монография / И.А. Полуэхтова – Текст: непосредственный; Моск. гуманитар. ун-т, Кафедра социология.– Москва: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2018. – 182 с.

[9]. Попова, Т. В. Телевидение и его роль в современном обществе: социологический анализ /Т. В. Попова – Текст: электронный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки : [электрон. версия журн.]. – 2017. – № 3. – С. 109 – 111.

[10]. Соколов, Н. В. Телевизионная аудитория, как сложный объект социологического измерения / Н. В. Соколов, Л. С. Рехтина – Текст: непосредственный // Измерения в современном мире – 2015 : Сб. науч. тр. V Всерос. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург, 2015. – С. 214 – 220.

[11]. Фрумкин, Г. М. Телевизионная режиссура. Введение в профессию : Учеб. пособие для вузов: по курсу “Телевизионная журналистика” / Г. М. Фрумкин – текст: непосредственный. – Москва: Академический проект, 2009. – 136 с.

[12]. Цвик, В. Л. Стратификация телеаудитории как следствие перехода на цифру / В. Л. Цвик – Текст: непосредственный // Вестник электронных и печатных СМИ. – 2014. – № 17. – С. 27 – 39.

## **ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ**

Габуева Анна Николаевна,  
ФГБОУ ВО “Кабардино-Балкарский государственный  
университет им. Х. М. Бербекова”,  
Россия, г. Нальчик, 360004, ул. Чернышевского, д. 173,  
редактор отдела культуры газеты “Кабардино-Балкарская правда”

ГКУ “КБР-Медиа”, магистрант второго года обучения  
по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика,  
e-mail: [annagabueva@yandex.ru](mailto:annagabueva@yandex.ru)  
ORCID 0000-0002-2565-1112

## FORMS OF TV BROADCASTING IN KBR

Gabueva A. N.

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
“Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov”,  
Nalchik, Russia*

### ABSTRACT

The article reveals the problems of regional television broadcasting in Kabardino-Balkaria. One of the main, according the authors, is anachronism of the genre inherited from the Soviet TV system, which hinders the development of television, creates certain difficulties and contributes to the loss of the mass audience. The authors offer their own systematic of television programs based on new principles.

**KEY WORDS:** : television, Kabardino-Balkaria, genre, broadcast, problem.

**DOI:** 10.24334/KBSU.2021.1.1.015

**ORIGINAL ARTICLE SUBMITTED:** 15.01.2021

**REVISION SUBMITTED:** 15.02.2021

**FOR CITATION:** Gabueva A. N. (2021) Formy teleradioveshchaniya v KBR [Forms of TV broadcasting in KBR]. *Vestnik Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo universiteta: Zhurnalistika. Obrazovanie. Slovesnost'*. 2021. vol. 1. no 1. pp. 158 –166. DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.015

**COMPETING INTERESTS.** The author declare that there are no conflicts of interest regarding authorship and publication.

**CONTRIBUTION AND RESPONSIBILITY.** The author contributed to this article. The author is solely responsible for providing the final version of the article in print. The final version of the manuscript was approved by the author.

### BIBLIOGRAPHY

[1]. Bryant J., Thompson S. (2004) Fundamentals of media impact: translated from English M.: Publishing house “Williams”, p. 432.

[2]. Vyugina D. M. (2018) Internet v ezhednevnom mediapotreblenii cifrovogo pokoleniya Rossii [Internet in the daily media consumption of the digital generation of Russia]. *Mediascope*, no 3 (in Russian).

[3]. Vyugina D. M. (2017) Ot auditorii k mediapotrebiteleyu: transformaciya koncepcii auditorii v mediaissledovaniyah [From the audience to the media consumer: transformation of the audience concept in media research]. *Questions of theory and practice of journalism*, vol. 6. no. 1. pp. 119-127 (in Russian).

[4]. Luk'yanova M. N. (2018) Obratnaya svyaz' s auditoriej cherez prizmu vzaimodejstviya Interneta i televizionnyh SMI [Feedback from the audience through the prism of interaction between the Internet and television media]. Questions of theory and practice of journalism, vol. 18, no. 2, pp. 179-183 (in Russian).

[5]. Matveeva I. P. (2016) Analysis of the dynamics and state of the Russian television audience. World Civilizations: network Scientific Journal, vol. 1, no. 4.

[6]. Myasnikova M. A. (2019) Pokolenie cifrovoj epohi kak teleauditoriya [Generation of the digital era as a TV audience] Russian Man and power in the context of radical changes in the Modern World: materials of the XXI Russian Scientific and Practical Conference. (from intern. participation). Yekaterinburg, pp. 442-446 (in Russian).

[7]. Nazarov M. M. (2015) Izmereniya auditorii TV v sovremennoj mul'tiekrannoju srede (praktika zarubezhnyh rynkov) [Measuring the TV audience in a modern multi-screen environment (practice of foreign markets)]. M. M. Nazarov; Analytical Center VI. Moscow: Voskhod-A. p. 227 (in Russian).

[8]. Poluektova I. A. (2018) Televidenie i ego auditoriya v epohu Interneta: monografiya [Television and its audience in the Internet era: monograph]. Moscow State University for the Humanities, Department of Sociology. Moscow: Moscow Publishing House from Moscow State University for the Humanities, p.182 (in Russian).

[9]. Popova T. V. (2017) Televidenie i ego rol' v sovremennom obshchestve: sociologicheskij analiz [Television and its role in modern society: a sociological analysis]. Humanities, socio-economic and social sciences: [electron. journal version], no 3, pp. 109 –111 (in Russian).

[10]. Sokolov N. V. (2015) Television audience as a complex object of sociological measurement / N. V. Sokolov, L. S. Rekhtina . Measurements in the modern world-2015: collection of scientific treatises5 All-Russian scientific and practical conference. St. Petersburg, pp. 214 – 220.

[11]. Frumkin G. M. (2009) Televizionnaya rezhissura. Vvedenie v professiyu : Ucheb. posobie dlya vuzov: po kursu “Televizionnaya zhurnalistika” [Television directing. Introduction to the profession: textbook. manual for universities: on the course “Television journalism” / G. M. Frumkin]. Moscow: Academic project. p. 136 (in Russian).

[12]. Tsvik V. L. (2014) Stratifikaciya teleauditorii kak sledstvie perekhoda na cifru [Stratification of TV audience as a consequence of the transition to digital]. Bulletin of electronic and print media, no. 17, pp. 27 – 39.

#### **INFORMATION ABOUT THE AUTHOR**

**Gabueva Anna Nikolaevna,**

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov”,

Russia, Nalchik, 360004, st. Chernyshevsky, 173,

the editor of the culture section of the newspaper “Kabardino-Balkarian Pravda” SGI “KBR-Media”,

e-mail: [annagabueva@yandex.ru](mailto:annagabueva@yandex.ru)

ORCID 0000-0002-2565-1112

УДК: 37

Научная статья

## ОБРАЗЫ РОДИТЕЛЕЙ И СЕМЬИ В СМИ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ

Гришанина М. Ю.

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»  
Санкт-Петербург, Россия*

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются особенности эмоционального восприятия образа родителя и семьи через взаимодействие читателя со средствами массовой информации, а также факторы развития сценария, по которому читатель воспринимает информацию. Автор уточняет понятия «восприятие» и «образ» применительно к медиа; проводит анализ психологической литературы, а также контент-анализ и материалов СМИ, направленный на выявление индивидуальных особенностей читателя, воспринимающего образ семьи в СМИ; описывает составляющие медиаобраза родителей. В качестве доказательной базы использовались базовые социально-психологические теории. Рассмотрены способы воздействия средств массовой информации на читателей и дана характеристика новостных каналов и криминальных новостей, затрагивающих тему семейных ценностей. В статье акцентируется внимание на эмоциональной составляющей восприятия образа семьи, подчеркивается важность репрезентации в СМИ отношений привязанности и детско-родительских отношений.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** средства массовой информации, психология, восприятие, образ, родители, семья.

**DOI:** 10.24334/KBSU.2021.1.1.016

**Поступила в редакцию:** 20.01.2021

**В окончательном варианте:** 20.02.2021

**Для цитирования:** Гришанина, М. Ю. Образы родителей и семьи в СМИ: психологические особенности восприятия/ М. Ю. Гришанина – Текст: непосредственный // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 167 – 178. – DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.016

### ВВЕДЕНИЕ

Тема образа семьи и родителей в СМИ актуальна и востребована как никогда. Как отмечают исследователи, разнообразие исследовательских подходов и полученных данных затрудняют формирование целостной картины медиаобраза, а многочисленные искажения образов заставляют «бить тревогу» психологов, психиатров, юристов, социологов. Согласно данным Росстата по состоянию демографии в России, опубликованным 24 января 2020 г., постоянное население страны на 1 января 2020 г. составило 146 млн 745,1 тыс. человек, сократившись на 35 тыс. 622 человека по сравнению с