

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ МАТЕРИНСТВА В РОССИЙСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: АНТИНОМИЯ «ДОЛГ ЖЕНЩИНЫ- МАТЕРИ — ПРАВО ЖЕНЩИНЫ НА САМООПРЕДЕЛЕНИЕ»

В. В. Богуславская, А. А. Кувычко

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

Поступила в редакцию 10 мая 2021 г.

Аннотация: статья посвящена анализу лингвокультурологического осмысления материнства в российском медиадискурсе на примере материалов, опубликованных в интернет-версиях «Известий», «Российской газеты», «Аргументов и фактов» в период с 2001 по 2019 гг.

Ключевые слова: дискурс материнства, медиадискурс, лингвокультурные характеристики, информационная картина проблематики СМИ, антиномии.

Abstract: the article analyzes the linguistic and cultural understanding of motherhood in the Russian media discourse on the example of materials published in the Internet versions of Izvestia, Rossiyskaya Gazeta, and Argumenty I Fakty in the period from 2001 to 2019.

Keywords: motherhood discourse, media discourse, linguistic and cultural characteristics, information picture of media issues, antinomies.

Современные медиа представляют полный спектр информационной картины проблематики материнства. В настоящем исследовании стало существенным выявление того, какие лингвокультурные характеристики материнства находят отражение в языковом воплощении этой информационной картины. Эта задача была реализована благодаря представлению лингвокультурных характеристик в виде антиномий — взаимодействующих, взаимодополняющих друг друга и одновременно конкурирующих вариантов представления проблематики материнства в медиадискурсе СМИ.

Каждая антиномия рассматривается авторами через совокупность отдельных лексических единиц, фрагментов медиатекстов и/или самих медиатекстов, описывающих заложенную в антиномии идею. Анализ эмпирического материала (медиатексты общественно-политических изданий «Известия», «Российская газета», «Аргументы и факты») позволил увидеть, что лингвокультурные характеристики медиадискурса материнства выражаются в наличии широкого спектра лексических и фразовых единиц, выделяющих медиадискурс материнства из других медийных дискурсов. Таким образом, стало возможным говорить не только о тематических особенностях осмысления материнства в медийном дискурсе, но и лингвокультурных.

Нами были выделены следующие пять пар антиномий:

1) **долг женщины-матери** (под которым подразумевается посвящение женщиной своего времени

семье и детям) — **право женщины на самореализацию** (построение карьеры, бизнес, профессиональный и творческий рост). Например: «У меня была всего неделя решить: карьера или создание семьи, рождение ребенка. Потому как совмещать должность с материнством невозможно» (АиФ, 04.01.2017); «Число женщин, откладывающих рождение детей из-за карьеры или по другим причинам, в развитых странах постоянно растет» (РГ, 16.04.2016); «Сейчас многие женщины не торопятся обзавестись потомством: сперва учеба, потом карьера, потом квартира, машина, а уж потом ребенок» (РГ, 06.08.2015); «Как разрешить проблему женского выбора: престижная работа и успешный бизнес — или дом, семья, воспитание детей?» (РГ, 29.05.2014);

2) **поддержка материнства** (моральная (пропаганда семейных ценностей, общественное одобрение) и экономическая (материальная) — **трудности современной жизни** (социальная неустроенность, недостаток денежных средств, проблемы с трудоустройством). Например: «Когда Господь дает ребенка, он дает и на ребенка. Семейные ценности нужно пропагандировать» (РГ, 25.11.2016); «Работающим женщинам, которые хотят минимизировать финансовые потери от материнства, лучше всего рожать первенца после 30 лет» (РГ, 16.04.2016); «Женщина должна быть хорошей матерью, любящей женой, опытной домработницей и успешной карьеристкой одновременно. Те, кому посчастливилось найти баланс между этими ипостасями, при этом не важно, в какую сторону будет перевес, — называют себя счастливицами» (РГ, 28.11.2014);

3) **сохранение традиционных семейных ценностей — современная индустрия развлечений** (тенденция к гедонизму, разрушение духовных, социальных, физических основ существования семьи). Например: «Кто-то поддержал этих женщин, решившихся в открытую выступить против общественного мнения, навязывающего женщине материнство» (РГ, 28.11.2014); «Быть родителями — большой труд, быть работающими родителями — вдвойне. Конечно, хочешь проводить больше времени с семьей, но понимаешь, если ты не будешь работать с полной отдачей, то не сможешь обеспечить ребенку достойной жизни: хорошего образования, разнообразного отдыха, вкусной еды...» (РГ, 28.11.2014);

4) **сохранение психофизического здоровья женщины** (осмысление материнства как радости) — **психофизическая неготовность современных женщин к материнству**. Например: «Дочки... мамаш, легкомысленно глотавших в 90-е бесплатные гормоны, — наши пациентки уже с 14–15 лет. Вот эти зеленые дурехи — моя не перестающая боль. Задумайтесь, у них действительно так рано просыпается непреодолимая тяга к половой жизни... они боятся отстать от сверстников, быть в их глазах белыми воронами. В итоге «стрессовая беременность», возникающая вне зависимости от менструального цикла, и первый аборт» (РГ, 28.11.2013);

5) **осознание материнства как высокой ценности** (материнство как дар) — **безразличное/неосознанное отношение к материнству и деторождению и отношение к материнству и деторождению как виду услуг** (тенденция распространения услуг суррогатного материнства без медицинских показаний). Например: «...технология ЭКО, позволяющая отложить материнство на более поздний срок» (РГ, 16.04.2016); «Не стоит забывать, что дети растут, и физическое присутствие мамы им нужно все меньше и меньше, и большой вопрос, с чем останется женщина, когда ее дети вырастут» (РГ, 28.11.2014).

Приведенные антиномии позволяют проследить современные тенденции осмысления материнства и указывают на системность обнаруженных противоречий в представлении материнства СМИ.

Так, на уровне медиатекста были выявлены следующие противоречия: пафос речи о материнстве и одновременно демократизация и даже снижение стиля, использование неоднозначных заголовочных конструкций и т.д.; на уровне тематики СМИ — тематический разброс от историй о матерях-героинях, многодетных матерях до криминальных новостных сообщений о неблагополучных семьях, о кризисных ситуациях при нежелательной беременности и т.д.

В данной статье подробно рассматривается **антиномия «право женщины на самореализацию — долг женщины-матери»**.

Для современной русской культуры, так или иначе тяготеющей к традиционализму и консерватизму,

а значит, и для современного российского общества, материнство представляется главной ипостасью женщины. Однако современное социальное устройство не позволяет женщине всецело посвятить себя детям и семье.

В общественно-политических СМИ одной из тем представления материнства является тема выбора, стоящего перед современной женщиной, выбора между семьей, материнством, с одной стороны, и карьерой, бизнесом, высокой заработной платой — с другой.

Кардинально указанный выбор представляется как отказ от одного в пользу другого. При такой постановке вопроса в противоречие входит «традиционная установка» («материнство как долг женщины») и «нетрадиционная установка» (предпочтение женщиной карьерного роста, выбор в пользу самореализации в профессиональной сфере, что в перспективе традиционных русских ценностей является отступлением от нормы и осуждается).

СМИ освещают представление о материнстве как долге женщины в различных аспектах:

— материнство как долг женщины перед Богом, т.е. экзистенциальный долг (женщина была создана для продолжения человеческого рода);

— материнство как долг женщины перед страной и государством, т.е. общественный долг женщины;

— личный долг — самореализация женщины, в геноме которой заложено «быть матерью».

В медиадискурсе, как и в самом современном российском общественном устройстве, указанное противоречие — «традиционная установка» («материнство как долг женщины») и «нетрадиционная установка» (предпочтение женщиной карьерного роста) — сглаживается, так как оно объяснимо историческими и социальными закономерностями. Выбор женщины в данном случае иллюзорен — это не выбор в полной мере, но необходимость данного выбора, которую диктуют условия жизни.

Например, в медиатексте «Мама-карьеристка. Дети или работа — неправильный выбор?» (РГ, 02.10.2013) автор ставит своей целью охарактеризовать возможности и желание современных российских женщин совмещать карьеру с воспитанием детей. Представленные в статье мнения женщин по данному вопросу указывают на сложность такого совмещения, при этом проводится четкая дифференциация понятий «карьера» и «работа», когда карьера является практически недостижимой роскошью, а работа — необходимостью.

В центре внимания медиатекста, который построен на репликах и интервью женщин-матерей — вопрос о том, совместимы ли материнство и карьерный рост. Примечательно, что о выборе между карьерой и воспитанием ребенка фактически речи не идет, и большинство респонденток убеждены, что карьера и дети несовместимы: «Вариант (совмещения вос-

питания и карьеры. — Прим. автора) больше теоретический, потому что дети всегда остаются главной ответственностью женщины; утверждая, что «детям никто не заменит мать», россияне считают, что карьера и дети несовместимы; карьеру и детей совмещать можно, но где-то обязательно будут проколы».

В медиатекстах, которые мы относим к религиозному аспекту медиадискурса материнства, указанное базовое противоречие, антиномия «материнство как долг» — «выбор женщиной карьеры», находит резкое осуждение: *Протоиерей Николай Брындин признался, что к нему на исповедь порой приходят расстроенные женщины 35–40 лет. Когда он спрашивает, что явилось причиной их слез, они отвечают: «Батюшка, я плачу, потому что недавно узнала, что беременна. Это конец моей карьеры, а ведь я строила профессиональные планы, собиралась на отдых в Египет». — В мире становится все меньше и меньше любви, — продолжил Николай Брындин. — А самый страшный грех, пожалуй, это нелюбовь* (РГ, 25.11.2016).

Таким образом, отказ женщин от материнства в пользу материальных благ называется «нелюбовью» и рассматривается как «самый страшный грех».

Способы освещения данной проблематики в СМИ не ограничиваются базовым вопросом-антиномией «карьера или семья, материнство», но происходит осмысление и других кризисных вопросов:

— «*возраст материнства*» (создание семьи и деторождение как безусловный приоритет с раннего возраста женщины ИЛИ выбор женщины откладывать на более зрелый возраст создание семьи и рождение детей);

— «*гендерное равенство, независимость женщины от мужчины*» (полноценная семья и супружество как обязательная составляющая материнства ИЛИ возможность женщины самой вырастить и воспитать ребенка «для себя»);

— «*спрос на использование репродуктивных технологий*» (рождение ребенка как чудо и дар, которым надо дорожить и к которому надо стремиться ИЛИ возможности современных репродуктивных технологий, позволяющих планировать рождение детей в любом возрасте и в любой жизненной ситуации, в том числе при отсутствии супружества и семьи);

— «*материальный вопрос*» (дети как главная ценность ИЛИ боязнь материального неблагополучия после рождения детей, боязнь невозможности обеспечить семью и детей).

Приведем такой показательный фрагмент медиатекста: *Последнее достижение — уравнивание женщин в правах на труд. Карьера все дальше отодвигает детородный возраст. Тем не менее материнское начало не подавить. Дамы, имеющие успех, деньги и связи, стремятся реализоваться и на этом поприще. Да, первенец или же второй ребенок появляются на свет, когда возраст женщин стремится к 40 го-*

дам. Да, воспитывают детей наши селебрити зачастую сами, без поддержки биологического отца. Может, в нынешней ситуации — когда очевидны разрушение института семьи и сдвиг детородного возраста — женщине стоит рожать для себя?» (АиФ, 04.01.2017).

Данный фрагмент медиатекста прекрасно иллюстрирует описанные выше противоречия, возникающие в осмыслении материнства. Отмеченная антиномия «материнство — карьера» отчетливо выходит на первый план. Женщина не может и не хочет полностью отказаться от материнства в пользу карьеры («материнское начало не подавить»; «дамы стремятся реализоваться и на этом поприще (т.е. в материнстве. — Прим. автора)»), однако в то же время очерчиваются многие из перечисленных выше проблемных вопросов: возраст материнства увеличивается; в медиатексте напрямую описана ситуация неполной семьи; благодаря достижениям современной медицины ситуация «ребенок появляется на свет, когда возраст женщин стремится к 40 годам» становится нормой.

Приведем в качестве примера другие фрагменты медиатекста: *Мужчины на тот момент, как я вновь захотела стать матерью, не было, — делится Яна. — И откровенно замуж не хотела. Ребенок мне нужен был для себя»* (АиФ, 04.01.2017). Это фрагмент медиатекста, который жанрово представляет собой историю. Женщина, состоявшаяся в профессиональной деятельности, хочет стать матерью, однако все традиционные установки, связанные с материнством, нивелируются: сознательный отказ женщины от семьи, необходимой для полноценного воспитания ребенка, и подчеркнутая идея о том, что женщине «ребенок нужен для себя», что указывает на глубокий ценностный коллапс, происходящий в современном сознании.

Само словосочетание «ребенок нужен» оказывается важным маркером современного осмысления материнства. Ребенок, понятие которое традиционно рассматривается как дар и данность, а в лингвокультурном плане как «есть или нет» (например, существует русская пословица «С детьми горе, а без них вдвое» — где определена четкая ценностная иерархия), представляется в приведенном медиафрагменте как «нечто, что может быть нужно или нет», более того «нужно для себя».

Высказывания типа «ребенок нужен для себя» («рожать для себя», «родить ребенка для себя») являются одним из ярких лингвокультурных примеров отражения в медиадискурсе материнства тенденции к прослеживаемому в современном общественном сознании эгоистичному отношению к семье и материнству. Одинокие женщины или мужчины, которым «нужен ребенок для себя», благодаря современным репродуктивным технологиям получают возможность «создать семью», не задумываясь о главном —

о самом ребенке, который окажется вне семьи, традиционно состоящей из двух любящих его родителей.

В медиатекстах, описывающих ситуации такого рода, эгоизм осуждается, что можно увидеть на уровне риторики. Например, вернемся к ранее приведенному фрагменту: *Дамы, имеющие успех, деньги и связи, стремятся реализоваться и на этом поприще* (т.е. в материнстве. — Прим. автора). *Да, первенец или же второй ребенок появляются на свет, когда возраст женщин стремится к 40 годам. Да, воспитывают детей наши селебрити зачастую сами, без поддержки биологического отца.*

Само определение материнства как «одного из поприщ (книжн.)», которое оказывается в ряду с ценностно неоднозначными концептами (успех, деньги и связи), указывает на намеренный диссонанс, создаваемый в медиатексте. Кроме того, «женщина» называется «дамой» (устар., иногда шутл.) и «селебрити» (неол., жарг.) (т.е. используется стилистически окрашенная лексика). В то же время включение в медиатекст словосочетания «биологический отец»

имплицитно подчеркивает материалистичный характер осмысления материнства: материнство как биологический феномен.

Подводя итоги, следует отметить, что установленная авторами дискурсивная специфика освещения материнства в современных российских СМИ обусловлена функциями СМИ (информирование, воздействие, развлечение) и реализуется в следующих направлениях: 1) нравственно-духовная суть материнства; 2) материнство и здоровье; 3) материнство и самореализация женщины; 4) материнство и семья; 5) материнство и воспитание.

Анализ текстового материала позволил увидеть, что медиадискурс материнства обладает собственными лингвокультурными характеристиками, которые представлены в исследовании в виде антиномий. Рассмотрение проблематики материнства на примере одной из выявленных антиномий позволило увидеть сложную и противоречивую структуру осмысления материнства в медиадискурсе общественно-политических СМИ.

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

Богуславская В. В., доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

E-mail: boguslavskaya@gmail.com

Кувычко А. А., соискатель

E-mail: anna_kuvychko@bk.ru

Pushkin State Russian Language Institute

Boguslavskaya V. V., Doctor of Philology, Professor of the of Russian Arts and Intercultural Communication Department

E-mail: boguslavskaya@gmail.com

Kuvychko A. A., Candidate for a Degree

E-mail: anna_kuvychko@bk.ru