Научная статья
УДК 070.19
EDN DBIVXF
DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(3).425-446

Методика клип-контент-анализа в исследовании ценностных дихотомий российского телеконтента

Свитич Л.Г.
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Российская Федерация, svitichb@yandex.ru

Аннотация. В статье представлены методология и методики ценностного контент-аналитического исследования, обсуждаются проблемы, связанные с отражением базовых общенациональных ценностей в телеконтенте, проанализированы результаты социологического исследования в динамике на основе изучения ценностных дихотомий в российском телеконтенте. Исследование проводилось при помощи клип-контент-анализа, впервые примененного при изучении ценностей на российских телеканалах. Проект был панельным: в 2002, 2008, 2013, 2018, 2023, 2025 гг. делались замеры продвигаемых телевидением ценностей по единому кодификатору. Кодификатор был составлен на основе анализа 30 тыс. народных пословиц, собранных В.И. Далем. Основным методологическим основанием для исследования было понимание ценностей, как должного, как общественного идеала, и потому противоположные позитивным ценностям характеристики были названы антиценностями. Такое противопоставление позволило проследить динамику соотношения ценностей и антиценностей в течении почти четверти нового века, когда в стране произошли грандиозные социально-политические и ценностные сдвиги, которые стимулировала и отражала журналистика, в первую очередь российское телевидение. Исследование показало, что наблюдается положительная динамика представления базовых российских ценностей на российском телеэкране. Возрастает количество публикаций с ценностями патриотизма, милосердия, человеколюбия, миролюбия, правдолюбия, православной духовности, нравственности, соборности, созидательности. И наоборот, все меньше в процентном отношении становится публикаций, где пропагандируется потребительская психология, индивидуализм, жестокость, эгоизм, безнравственность и другие антиценности.

Ключевые слова. Контент-анализ, клип-контент-анализ, ценности, аксиология, народные пословицы, традиционные российские ценности, телеконтент.

Информация о статье. Дата поступления 23 апреля 2025 г.; дата поступления после доработки 17 июня 2025 г.; дата принятия к печати 18 июня 2025 г.; дата онлайн-размещения 17 сентября 2025 г.

Для цитирования. Свитич Л.Г. Методика клип-контент-анализа в исследовании ценностных дихотомий российского телеконтента / Л.Г. Свитич. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(3).425-446. — EDN DBIVXF // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 3. — С. 425–446.

© Свитич Л.Г., 2025

Original article

Methodology of Clip-Content Analysis in the Study of Value Dichotomies of Russian TV Content

L.G. Svitich
Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation,
svitichb@yandex.ru

Abstract. The article presents the methodology and techniques of value content-analytical research, discusses the problems associated with the reflection of basic national values in television content, analyzes the results of sociological research in dynamics based on the study of value dichotomies in Russian television content. The study was conducted using clip-content analysis, first applied in the study of values on Russian TV channels. The project was a panel project: in 2002, 2008, 2013, 2018, 2023, 2025, measurements were taken of the values promoted by television using a single codifier. The codifier was compiled based on the analysis of 30 thousand folk proverbs collected by V.I. Dahl. The main methodological basis for the study was the understanding of values as a given, as a social ideal, and therefore the characteristics opposite to positive values were called anti-values. Such a contrast made it possible to trace the dynamics of the relationship between values and anti-values over almost a quarter of the new century, when the country experienced enormous socio-political and value shifts, which were stimulated and reflected by journalism, primarily Russian television. The study showed that there is a positive trend in the presentation of basic Russian values on Russian television. The number of publications with the values of patriotism, mercy, humanity, peacefulness, truthfulness, Orthodox spirituality, morality, conciliarity, and creativity is growing. And vice versa, the percentage of publications that promote consumer psychology, individualism, cruelty, egoism, immorality, and other anti-values is decreasing.

Keywords. Content analysis, clip-content analysis, values, axiology, folk proverbs, traditional Russian values, television content.

Article info. Received April 23, 2025; revised June 17, 2025; accepted June 18, 2025; available online September 17, 2025.

For Citation. Svitich L.G. Methodology of Clip-Content Analysis in the Study of Value Dichotomies of Russian TV Content. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 3, pp. 425–446. (In Russian). EDN: DBIVXF. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(3).425-446.

Введение

В эпоху противостояния мировых цивилизаций обострились ценностные проблемы, которые отчетливо проявилась в постсоветском российском обществе: разрыв между базовыми традиционными ценностями российской цивилизации и ценностями, возникшими в результате вестернизированных изменений типа общества и его жизнеустройства в 1990-е гг. Новые парадигмы развития не могли не сказаться и на ценностной концепции развития всех сфер жизни общества. Перед обществом стала задача сохранить независимость и самобытность страны, придать ее развитию позитивную динамику. Медиа в целом, и телевидение в особенности, играли в этом процессе в период перестройки первостепенную роль, и в последние годы сохранили свое влияние, хотя в значительной степени «переселились» на сетевые платформы и мобильные носители. Естественно, что в условиях смены ценностной парадиг-

мы отечественные ученые стали активно заниматься аксиологией журналистики. Автор этой статьи с 2000 г. изучал философские аспекты аксиологии журнализма [1]; В.А. Сидоров с коллегами разрабатывали проблемы становления аксиологии журналистики как науки [2; 3]; С.Г. Корконосенко, И.В. Ерофеева исследовали ценности медиатекстов в контексте культуры [4; 5], И.Н. Демина подняла проблемы аксиологии экономической коммуникации [6] в контексте научного ценностного дискурса [7]. Ученые факультета журналистики МГУ в своих коллективных монографиях рассматривали широкой круг ценностных проблем в журналистике [8; 9].

Поскольку телевидение в ценностных процессах общества играет очень важную роль, в научном дискурсе заметную долю представляет изучение его контента. Отечественные исследователи С.Н. Ильченко, И.А. Полуэхтова, С.Л. Уразова с коллегами обсуждают социокультурные проблемы телевидения [10–12]. Ю.И. Долгова. Г.В. Перепечина, О.В. Тихонова, К.В. Шептуха, А.А. Слободянюк изучают телеконтент, типы программ, форматы, жанровую и тематическую структуру ТВ [13–16]. Кроме того, в современных отечественных работах уделяется внимание телеконтенту, размещенному в интернете, в том числе в социальных сетях [17–19] и т. п.

Зарубежные исследователи J. Bignell, B. Casey, G. Turner, J. Tay, A. Lotz обращают внимание на основные понятия изучения телеконтента в современных условиях [20–23]. J. Feuer, G.R. Edgerton, G.R. Brian, J. Mittel, R. Kilborn акцентируют внимание на жанровой структуре телеконтента [24–27].

О том, какова роль СМИ в формировании ценностной системы аудитории, и как они выполняют свою общественную миссию, мы уже писали, анализируя социологические исследования медиаконтента [28–30]. А цель данной статьи — подробно представить методологию и методики исследования, в частности, концепцию ценностных дихотомий и авторскую методику клип-контент-анализа, которую, насколько нам известно, никто прежде не использовал. Новизна исследования состоит и в том, что изучался весь ценностный контент телевидения в исследуемые годы: журналистские, мемуарные, исторические, художественные, рекламные и другие виды текстов в реальном исчезающем телевизионном времени.

Методология

Важнейшим принципом исследования была его панельность, повторяемость с базовым шагом в пять лет (по единому кодификатору) основных наиболее популярных каналов российского телевидения. Но самым главным методологическим основанием для исследования традиционных ценностей был выбор при создании кодификатора наиболее частотных ценностей, выявленных в результате анализа пословиц русского народа, собранных В.И. Далем.

Эти методологические особенности исследования позволили адекватно зафиксировать и проанализировать соотношение традиционных ценностей и антиценностей в телеконтенте и представить основные тенденции его развития в наиболее популярных общенациональных программах.

Но сначала проясним базовое понятие «традиционные ценности». Особенностью современного российского общества и журналистики в последние годы был поиск новых путей развития, «примеривание на себя» различных моделей устройства, поиск своей цивилизационной идентичности. Этот процесс весьма противоречив: с одной стороны, цивилизационные различия, главным образом в ценностной сфере, бывают очень существенными, с другой стороны, мы живем в одном планетарном пространстве с другими народами в связи с глоба-

лизацией всех процессов и вынуждены «взаимонастраивать» наши ценности, чтобы жить мирно без разрушительных конфликтов, которые все чаще потрясают планету.

Когда в 2000 г. социологи Всероссийского центра изучения общественного мнения спросили россиян: «По какому пути должна идти Россия?», получили ответ: идти по собственному пути [31, с. 546]:

1. По общему для современного мира пути цивилизации — 15 %.

2. Вернуться на путь, которым двигался Советский Союз — 18 %.

3. Идти по собственному, особому пути — 60 %

4. Затруднились ответить — 7 %

Исследователи связывают западную или технократическую модель цивилизации с открытым демократическим горизонтальным типом общества, основанным на ценностях свободы, примате частной собственности, прагматизме, индивидуализме и рационализме, когда прогресс понимается в основном как развитие материальной инфраструктуры, существует идеология покорения природы человеком, а общество развивается революционным путем, путем изменения первоначальной структуры.

Восточная цивилизация тесно связана с религиозным сознанием, имеет, как правило, вертикальный тип общества с лидером во главе, с приматом общественной собственности, коллективного труда, основана на культе веры, иррациональном, интуитивном типе мышления и исповедует идею гармонии мира и человека, а развитие понимает как духовное совершенствование людей и исповедует эволюционный путь развития.

Анализ цивилизационных различий Запада, Востока и России позволяет прийти к выводу, что российская цивилизация по многим позициям оказывается самобытной, целостной, гармоничной, но в то же время пограничной, интегрирующей отдельные черты западной и восточной цивилизаций, синкретичной и потому примиряющей противоречия Запада и Востока, гасящей остроту их крайних позиций. И роль российских СМИ в этих процессах является крайне важной, ибо журнализм такого интеграционного типа, погашающий (не спрямляющий, не примитивизирующий) крайности, конфликты, «несоединимости» — это журнализм с цивилизационной перспективой, и он не должен терять своего своеобразия и превращаться в одну из крайних моделей.

Корневые общенациональные ценности формировались веками, это ось, которая сохраняет любую страну. Ученые института этнологии и антропологии Российской Академии наук М.М. Громыко и А.В. Буганов на основе большого этнографического материала приходят к выводу, что православная вера — основа всех глубинных традиций народной жизни и массового сознания русских [32, с. 531]. Социологические исследования фиксируют, что около 70 % россиян относят себя к православным (хотя у многих это только внешнее проявление веры), а две трети семей крестят своих детей.

Детальный перечень корневых черт и ценностей русского народа дает исследователь русской цивилизации О. Платонов, привлекая к анализу пословицы и поговорки, в которых выражены вековые моральные установления нации. Они открываются «в православной этике и добротолюбии, русской иконе, церковном зодчестве, трудолюбии как добродетели, нестяжательстве, взаимопомощи и самоуправлении русской общины и артели — в общем, в той структуре бытия, где духовные мотивы жизни преобладали над материальными, где целью жизни была не вещь, не потребление, а совершенствование, преображение души» [33, с. 3]. Примерно такие же черты русского национального характера называет А. Солженицын, особенно выделяя ценность патриотизма: «Па-

триотизм — это цельное и настойчивое чувство любви к своей родине, с готовностью жертвовать ей, делить невзгоды, но со служением, не угодливым, не поддержкою несправедливых притязаний, а откровенным в оценке ее пороков, грехов и в раскаянии в них» [34, с. 152].

Здесь уместно напомнить и о статье известного российско-американского социолога Питирима Сорокина о чертах русской нации, где он на основе объективного репрезентативного исследования определил ее особенности: «Совокупность основных черт русской нации включает ее сравнительно длительное существование, огромную жизнеспособность, замечательное упорство, выдающуюся готовность ее представителей идти на жертвы во имя выживания и самосохранения нации, а также необычайное территориальное, социальное, демографическое, политические, социальное и культурное развитие в течение ее исторической жизни» [35, с. 472]. К дополнительным чертам русской нации П. Сорокин относит: расовое, этническое разнообразие населения, юридическое и фактическое равенство разнообразных расовых и этнических групп населения, наций и особых обществ, сравнительно мирное расширение границ и оборонительный характер войн, неагрессивность нации.

Анализ воззрений на русскую цивилизацию показывает, что корневыми, традиционными ценностями русского народа, вобравшими в себя общечеловеческие ценности, всегда были православная духовность, нравственность, исповедование добра, соборность и общинность, патриотизм и почитание предков, человеколюбие, христианская любовь к людям, способность к прощению, душевность, сердечность, милосердие, стремление жить по совести и по справедливости, правдолюбие и миролюбие, понимание труда как высшей обязанности человека, как божеского дела, творческое отношение к труду и жизни, нестяжательство при доброте и щедрости, честность и жизнелюбие, уважение семьи. Соответственно, противоположные черты и качества не одобрялись, считались грехами. В написанном еще в ХП в. «Слове о мытарствах» к греховным нравственным преступлениям относились: ложь, клевета, зависть, гнев, гордость, насилие, воровство, блуд, скупость, немилосердие.

Современная парадигма, связанная с традиционными российскими духовно-нравственными ценностями, отражена в поправках в Конституцию РФ в 2020 г. и Указе президента В.В. Путина № 809 от 9 ноября 2022 г. «Основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». В этом документе традиционные ценности определяются как «нравственные ориентиры, формирующие мировоззрение граждан России, передаваемые от поколения к поколению, лежащие в основе общероссийской гражданской идентичности и единого культурного пространства страны, укрепляющие гражданское единство, нашедшие свое уникальное, самобытное проявление в духовном, историческом и культурном развитии многонационального народа России». Перечисляются и базовые традиционные ценности особенно актуальные сегодня: «жизнь, достоинство, права и свободы человека, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России»[1].

[1] Основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей : Указ Президента РФ от 9 нояб. 2022 г. № 809 // Президент России. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502. (дата обращения: 12.05.2023).

О корневых ценностях народа лучше всего судить по его пословицам, которые обобщают социально-исторический, трудовой, общинный, семейный, духовный опыт народа, отражают его мировоззрение, типизирует ситуации, советуют, как поступать. Часто пословицы построены по принципу дихотомии: ценность — антиценность, хорошее — дурное, полезное — вредное, добродетель — грех. Пословица — это продукт коллективного народного творчества, проверенный веками плод наблюдений над жизнью, сгусток полезных советов, народной мудрости, отражение сущностных, константных ценностей, норм и моделей поведения людей. Они устойчивы, передают накопленный опыт, народную мудрость, систему ценностей последующим поколениям, т.е. являются межпоколенной ценностной коммуникацией.

Для анализа ценностных доминант русского народа были проанализированы пословицы, которые собрал и опубликовал В.И. Даль [36]. Более 30 тыс. пословиц систематизировано по смыслу. Мы исследовали методом частотного анализа 125 рубрик, которые имеют ценностный характер, затем объединили пословицы в более крупные смысловые кусты, которые составили четыре типологические категории. Оказалось, что народная мудрость выстраивает весьма сущностную иерархию ценностей, моделей поведения, как вековую копилку народного опыта, полезного для жизни народа и передачи потомкам[2] (табл. 1).

Весьма логично расположились основные характеристики и ценности русского народа: сначала ценности общинности: от семьи, через род к Родине; второй блок — ценности труда и его плодов, уважение ремесла, трудолюбия, земли-кормилицы и работы на ней; третий блок — православная вера и восходящие к язычеству верования, традиции и праздники которых как бы

[2] В связи с тем, что исследование панельное и его результаты печатались по мере получения информации начиная с 2002 г., некоторые таблицы в этой статье уже были опубликованы, но здесь без них обойтись нельзя, поскольку они объясняют методику всего многолетнего исследования и напоминают о промежуточных результатах, без которых невозможно проявить полную динамику процесса представления ценностей в телеконтенте, включая последний замер в 2025 г.

Таблица 1 / Table 1

Традиционные ценности русского народа в собранных В.И. Далем пословицах и поговорках (частотный анализ)

Traditional Values of the Russian People in the Proverbs and Aayings Collected by V.I. Dahl (Frequency Analysis)

Ценности общинности / Values of Community	6 155
Ценность семьи, любовь верность, почитание старших	2 177
Общинность, соборность, единство в многообразии, почитание традиций, осуждение раскола	1 803
Патриотизм, уважение родины — рода — народа, языка	1 290
Человек как член общности	885
Ценности хозяйствования, труда и его плодов / Values of Economy, Labor and its Results	5 658
Домовитость, близость к земле, природе	2 354
Уважение собственности, трудового достатка, осуждение воровства, неправедного богатства	2 162
Любовь к труду, ремеслу, осуждение праздности	1 142

Окончание табл. 1 / The End of the Table 1

Верования, вера в высшие силы / Beliefs, Faith in Higher Powers	2 540
Страх Божий, кара за грехи	956
Вера в необычное, чудеса, приметы, гаданья	788
Православная вера	523
«Вселенскость», осознание своего места во Вселенной, подвластность стихиям	273
Добродетели — пороки / Virtues — Vices	13 348
Доброславие, осуждение зла, грехов, пороков (пьянства, беспутства, картежничества)	1 895
Взаимопомощь, гостеприимство, хлебосольство	1 611
Надежда на счастье, терпение к страданиям	1 531
Уважение ума, толковости, осуждение глупости	1 102
Стремление к сущности, употребление в языке сущностных понятий, противопоставлений	1 099
Бережливость, запасливость, умеренность, осуждение мотовства, жадности	863
Стремление к ученью, наукам, просвещению	744
Отвага, смелость, упорство, осуждение трусости	654
Дружелюбие	553
Жизнелюбие, христианское отношение к смерти, осуждение убийства	476
Уважение праведной власти	421
Креативность, сосредоточенность, несуетность	400
Миролюбие, осуждение агрессивности, но готовность защищать правое дело	299
Чувство меры	299
Доброздравие	235
Смирение в противоположность гордыне, кротость	222
Способность веселиться, юмор, шутка	207
Динамичность, движение, дорога	187
Осторожность	178
Опрятность, осуждение внешнего щегольства	175
Законопослушность, суд, осуждение преступлений и лихоимства	110
Честь как ценность	87

сплавились с православными. Но по степени частотности самое большое место (более 13 тыс. пословиц) занимает четвертый блок пословиц, в которых зафиксированы нравственные ценности или, если говорить в терминах В.И. Даля, «добродетели и пороки». При этом, часто они сопоставлены в одной пословице (Смелым бог владеет, а пьяным черт качает. Счастье без ума — дырявая сума). В этой категории на первых местах утверждение добрых качеств. Важными ценностями является гостеприимство, хлебосольство, трудолюбие, надежда на счастье, способность терпеть и по-православному относиться к страданиям. Большая ценность для русского человека — уважение ума, стремление к познанию, просвещению. Из менее употребительных в пословицах ценностей русский человек ценил бережливость, мужество, упорство, дружелюбие, жизнелюбие, миролюбие (при готовности защищать правое дело). Особо следует сказать о наличии творческих, креативных характеристик,

а также динамизма, стремления к обновлению. Противоположные добродетелям пороки народным метким словом осуждаются.

На основе ценностей, выявленных в ходе частотного анализа пословиц и поговорок В.И. Даля, составлен кодификатор и проведен клип-контент-анализ основных каналов российского ТВ в 2002, 2008, 2013, 2018, 2023 и 2025 гг. Всего проанализировано 10 277 телефрагмента.

Методика клип-контент-анализа, впервые примененная в этом исследовании, состоит в том, что в течении семи дней недели в различные временные отрезки по 20 мин. с 8.00 до 24.00 ведется последовательное переключение выбранных каналов и фиксируются фрагменты всех подряд передач, включая новостные, фильмы, концерты, рекламу и т.п. Фрагмент удерживается в поле внимания до тех пор, пока не будет понята суть доминирующей идеи, ценности или характеристики. Затем кнопка переключается на следующий канал, как это часто бывает и в нашей практике телесмотрения: мы обычно сканируем каналы, пока что-то не остановит нашего внимания. Таким образом, каждый фрагмент фиксировался полторы — две минуты. Были проанализированы основные, популярные у населения каналы (табл. 2).

Третьей методологической и методической особенностью проекта был дихотомический принцип исследования. Поскольку под ценностями мы понимаем важные сущностные основания жизни и ориентаций общества (человека) как некий идеал, к которому должно стремиться, то противоположные негативные устремления назвали антиценностями Кодификатор был построен по дихотомической методике,

Таблица 2 / Table 2

Объект исследования, выборка

Research Object, Sample

Время исследования / Research Time	Число фрагментов / Number of Fragments	Каналы / Channels	Число каналов / Number of Channels
2002 январь / 2002 January	1 304	ОРТ, РТР, ТВЦ, НТВ, «Культура», РенТВ, ТВ-6, ЕвроНьюс	8
2008 март / 2008 March	1 304	ОРТ, РТР, ТВЦ, НТВ, «Культура», РенТВ, ЕвроНьюс, «Звезда», «Домашний», СТС, МузТВ, ТНТ, ДТВ	13
2013 февраль / 2013 February	1 304	ОРТ, Р-1, ТВЦ, НТВ, «Культура», РенТВ, ЕвроНьюс, «Звезда», «Домашний», СТС, ТНТ, Р-2, Р-24	13
2018 февраль / 2018 February	1 304	Первый канал, Россия-1, НТВ, Пятый канал, ТНТ, РенТВ, СТС, ТВЦентр, «Домашний», ТВ-3, «Звезда», Россия-24, «Россия-Культура», Мир, ОТР, Спас.	16
2023 январь / 2023 January	2 041 (2 394 с контекстными ценностями)	Первый канал, Россия-1, НТВ, Пятый канал, ТНТ, РенТВ, СТС, ТВЦентр, «Домашний», ТВ-3, «Звезда», Россия-24 «Россия-Культура», Мир, ОТР, Спас.	16

Окончание табл. 2 / The End of the Table 2

Время исследования / Research Time	**Число фрагментов / Number of Fragments**	**Каналы / Channels**	**Число каналов / Number of Channels**
2025 январь / 2025 January	2 433 (2 667 с контекстными ценностями)	Первый канал, Россия-1, НТВ, Пятый канал, ТНТ, РенТВ, СТС, ТВЦентр, «Домашний», ТВ-3, «Звезда», Россия-24, «Россия Культура», Мир, ОТР, Спас	16
Всего / Total 9 690 (10 277 с контекстными ценностями / with contextual values)			

которую продемонстрируем на примере итоговой таблицы 2025 г. (табл. 3).

Результаты за 2025 г. мы обсудим позднее, а здесь важно сказать еще об одной особенности методики клип-контент-анализа. Относительно контента 2023 и 2025 гг. мы ввели понятие: «контекстные» антиценности». Помимо явных антиценностей мы отдельно кодировали «контекстные», которые назойливо де-

Таблица 3 / Table 3

Традиционные позитивные характеристики и ценности — негативные характеристики и антиценности в 2025 г. (полный список в абсолютных цифрах)

Traditional Positive Characteristics and Values — Negative Characteristics and Anti-Values in 2025 (Full List in Absolute Figures)

Традиционные характеристики и ценности русского народа 2025 г. (ранжировано по второму столбцу) / Traditional Characteristics and Values of the Russian People 2025 (ranked by second columns)	**Число фрагментов позитивных / Number of Positive Fragments**	**Число фрагментов негативных / Number of Negative Fragments**	**Негативные характеристики, антиценности / Negative Characteristics, Anti-Values**
Патриотизм, любовь к отечеству, почитание предков, традиций	177	4	Безродность, антипатриотизм, историческое беспамятство
Выживаемость, здоровье	163	–	Обреченность, болезни
Стремление к порядку, правосудие	138	13	Разрушительство, анархия, хаос
Творческое отношение к жизни	135	2	Рутинность, шаблонность
Свободолюбие, мужество	132	1	Рабская покорность, трусость
Жизнелюбие, оптимизм, юмор	111	26	Пессимизм, обреченность
Правдолюбие, справедливость	111	1	Ложь, клевета, несправедливость
Инициативность, активность	103	1	Пассивность, инертность, застой

Окончание табл. 3 / The End of The table 3

Традиционные характеристики и ценности русского народа 2025 г. (ранжировано по второму столбцу) / Traditional Characteristics and Values of the Russian People 2025 (ranked by second columns)	**Число фрагментов позитивных / Number of Positive Fragments**	**Число фрагментов негативных / Number of Negative Fragments**	**Негативные характеристики, антиценности / Negative Characteristics, Anti-Values**
Стремление к познанию	89	1	Леность ума, нелюбознательность
Созидательность, производство материальных ценностей	75	88	Превалирование потребительства, потребительская психология
Человеколюбие, любовь к ближнему	74	7	Человеконенавистничество, эгоизм
Миролюбие, дружелюбие	64	24	Агрессивность, жестокость
Целомудрие в отношении полов до свадьбы, настоящая любовь	63	7	Блуд, порок, ранние половые связи, аномальные отношения
Стремление к красоте	59	23	Дисгармония, уродство
Уважительное отношение к семье, нормальное детство	59	47	Раздоры и конфликты в семье, семьи, исковерканное детство
Милосердие, прощение, терпимость	59	22	Безжалостность, нетерпимость
Православная духовность	58	36	Безбожие, оккультизм
Соборность, общинность, народоправие	52	11	Разъединенность, индивидуализм
Органическая связь с природой	48	2	Разрушение природы
Добротолюбие, исповедование добра	48	0	Злоделие, поклонение злу
Совестливость, совесть, честность	44	4	Бессовестность, нечестность
Душевность, сердечность	43	25	Бездушие, черствость, бессердечие
Нравственность	33	13	Безнравственность, аморализм
Трудолюбие	32	1	Леность, безделие
Смирение, кротость, долготерпение	23	19	Гордыня, зависть
Нестяжательство, щедрость	18	19	Стяжательство, жадность
Бережливость, запасливость	14	11	Расточительность, мотовство
Итого / Total 2 433	2 025	408	–
%	83,2	16,8	–

монстрировались в отдельных теле-окнах, например, в шоу второго канала, иногда по нескольку минут (непристойные парады ЛГБТ, разрушения и издевательство ВСУ над мирным населением, выступления зарубежных политиков с фейковыми заявлениями и т.п.). Такие врезки осуждаются ведущими и экспертами в студии, но поскольку они длительное временя крутятся в эфире, зритель, привыкший быстро сканировать каналы, не улавливает отношения редакции к ним и порой принимает эти сюжеты за «чистую монету». Это же касается и фрагментов агрессивных по форме фильмов, хотя их герои (в конечном счете) борются за справедливость. Таким образом, в 2023 г. оказалось 2 % «контекстных» сюжетов с агрессией по сравнению с 1,4 % прямых, т.е. 3,4 % в целом, что больше, чем в 2018 г. (2,8 %). А в целом, если считать и прямые, и «контекстные» антиценности, то их процент в 2023 г. достиг 28,4 %, тогда как процент прямых антиценностей всего 16 %, а в 2025 г. — 24,0 и 16,8 % соответственно.

Результаты и дискуссия

Представим динамику ценностей по годам (табл. 4). Для более четкого выявления акцентной динамики мы несколько сократили базовый кодификатор, укрупнив отдельные признаки в табл. 4, 5[3].

Выделим и проанализируем доминантные телеценности по годам.

2002 г. Стремление к порядку, правосудию. Это первый срок президентства Путина, которому досталась страна в разрухе, в хаосе, в нищете, с закрытыми производствами, «убитым» сельским хозяйством, «подраненным» Болонской системой образованием, бедной наукой, разложившейся под влиянием западных ценностей коммерциализации и скандально-желтой журналистикой

[3] Созидательность + трудолюбие = созидательность, трудолюбие; правдолюбие + + честность= правдолюбие, честность; человеколюбие + милосердие + сердечность = человеколюбие, милосердие. Соответствующие изменения отражены и в таблице по антиценностям.

Таблица 4 / Table 4

Традиционные ценности, позитивные характеристики

Traditional Values, Positive Characteristics

Традиционные ценности, позитивные характеристики русского народа (в %; к числу закодированных признаков) Ранжировано по седьмому столбцу / Traditional Values, Positive Characteristics of the Russian People (in %; to the number of coded features) Ranked by the seventh column	**Годы исследования / Years of Research**					
	2002	**2008**	**2013**	**2018**	**2023**	**2025**
1	2	3	4	5	6	7
Человеколюбие, любовь к ближнему, милосердие, сердечность	3,5	5,4	3,8	6,2	8,2	7,3
Патриотизм, любовь к отечеству, почитание предков, традиций	2,9	2,5	4,9	5,8	7,4	7,3
Правдолюбие, справедливость, честность	4,0	1,1	3,8	4,7	6,8	6,7
Выживаемость, здоровье	2,5	2,9	3,1	3,1	2,8	6,6
Творческое отношение к жизни	4,7	4,3	5,3	7,1	7,0	5,7
Стремление к порядку, правосудие	7,1	4,7	7,3	8,4	5,7	5,6
Свободолюбие, мужество	2,5	2,0	1,9	2,9	3,7	5,4
Жизнелюбие, оптимизм, юмор	4,5	6,2	5,8	4,8	4,3	4,5

Окончание табл. 4 / The End of the Table 4

Традиционные ценности, позитивные характеристики русского народа (в %; к числу закодированных признаков) Ранжировано по седьмому столбцу / Traditional Values, Positive Characteristics of the Russian People (in %; to the number of coded features) Ranked by the seventh column	**Годы исследования / Years of Research**					
	2002	**2008**	**2013**	**2018**	**2023**	**2025**
1	2	3	4	5	6	7
Созидательность, трудолюбие	1,8	2,5	2,8	3,9	5,1	4,3
Инициативность, динамизм, состязательность	2,8	2,9	3,8	3,1	3,8	4,2
Любознательность, стремление к познанию	2,6	2,1	3,1	4,6	5,8	3,6
Миролюбие, дружелюбие	2,0	1,2	1,9	2,2	1,9	2,6
Любовь, верность	3,9	1,8	1,9	2,9	2,7	2,5
Уважительное отношение, лад в семье	2,3	2,9	2,3	3,1	2,1	2,5
Стремление к красоте	1,6	4,4	3,3	2,8	2,0	2,4
Православная духовность	2,3	1,8	0,8	2,1	2,7	2,3
Соборность, общинность, народоправие	1,0	1,3	1,6	1,8	1,5	2,1
Добротолюбие, исповедование добра	2,9	0,8	1,2	1,1	4,4	1,9
Органическая связь с природой	1,5	2,9	0,8	1,5	1,2	1,8
Нравственность	1,8	0,6	1,0	1,2	2,9	1,3
Долготерпение, смирение, кротость		0,2	0,3	0,6	0,6	0,9
Щедрость, нестяжательство	0,04	0,8	0,2	0,3	0,7	0,7
Бережливость, запасливость	0,07	0,5	1,1	0,8	0,2	0,5
Итого: абс. / Total: abs	753	758	817	961	1 716	2 025
%	57,7	58,1	62,6	73,7	84,0	83,2

нравственной распущенностью, идеологическим дуализмом, разорванными социальными и национальными связями, разрушенным Союзом — в общем, страна в глубочайшем кризисе, культурном и нравственном упадке. Какой могла быть политика властей? Привести хоть в какой-то порядок страну и потому, естественно, на первое место на ТВ вышла ценность «стремление к порядку, правосудие» (7,1 %), которая оставалась значимой на протяжении всех 23 лет исследования.

2008 г. Основная ценностная парадигма — *возрастание оптимизма, проявление жизнелюбия* (6,2 %), которое чаще всего выражалось тогда в юмористических и развлекательных программах. Такого высокого процента этой ценности не было ни до, ни после 2008 г. Народ (и телевидение вслед за ним) стал менее пессимистичен, поверил в то, что страна начинает подниматься, хотя инерция прежних настроений была еще велика. Продолжала проявляться в передачах всегда присущая нашему телевидению *творческая и эстетическая направленность*, которая в этом году достигла высших значений за все годы (4,4 %). Подросли в телеконтенте показатели человеколюбия (3,4 % в 2002 г. и 5,4 % — в 2008). Робко, но уже начинает проявляться позиция созидательности, трудолюбия (1,8 % в 2002 г., 2,5 % — в 2008), которая развивается нарастающим итогом вплоть до 2023 г. по мере убыстрения процессов развития страны. Но в 2008 г. происходит пока только психологическая перестройка общества на дальнейшую созидательную активность.

2013 г., начало второго срока президентства Путина, когда стали *масштабно нарастать позитивные ценностные процессы, артикулироваться традиционные ценности народа, прежде всего, патриотизм и нравственность*. В этой связи в два раза чаще, чем в предыдущем замере 2008 г., стали появляться публикации о патриотизме и традициях (2 %, 5 % и 4,9 % соответственно). Еще чаще появляются в телеконтенте сюжеты об укреплении порядка и правосудия, инновационности и творчества. Страна постепенно наращивает созидательную активность в разных сферах.

2018 г. Развиваются тенденции предыдущего периода, и самые высокие проценты по сравнению с другими замерами набирает позиция *устремление к порядку и правосудию* — этот аспект жизни общества получил максимальное выражение (8,4 %), потому что в последующие годы он опустился до 5,7 %. Страна в основном построила свои госструктуры, привела в порядок свои законы и свою безопасность. Теперь на повестке дня стала еще более важной задача развития и созидания, укрепление патриотизма, творческого начала. Резко выросла ориентированность на *стремление к познанию, развитию* (2,1 % в 2008, 3,1 % в 2013 и 4,6 % в 2018 г.). Но особенно акцентированно стали проявляться гуманитарные ценности человеколюбия и милосердия (3,8 % в 2013 г. и 6,2 % в 2018 г.); чаще появляются тексты о семейных ценностях, о любви и верности.

2023, 2025 гг. во многом похожи. Конечно, когда после 2023 г. следующий замер мы провели в 2025 г. не по прежней выборке (с шагом в пять лет), а на третий год, социологический ритм выборки участился, и потому нужно воспринимать результаты с этим уточнением. С другой стороны, чем чаще замеры, тем более в мелких ритмах заметны изменения, потому что события в нашем сегодняшнем бешено несущемся мире случаются чаще. Еще одно обстоятельство следует учесть при анализе публикаций, попавших на период СВО: 2023 г. — его середина, 2025 г. — вторая половина военных действий, потому некоторые ценности, которые были суперважны и акцентированы в первый год операции (а январь 2023 г. — это еще первый год), и на третьем году военных действий, реакций страны и телевидения несколько разные. Это показывает и контент-анализ. Естественно, что в условиях СВО на первое место выходит *патриотическая доминанта* (7,3 %), и она последовательно растет с 2002 г. (2,9 %).

СВО, которая ко времени замера телеконтента в январе 2023 г. уже шла почти год, резко повысила потребность в человеколюбии и отражении на телевидении волонтерства, помощи фронту, беженцам с Украины, населению, которое подвергалось обстрелам ВСУ. *Ценность милосердия, любви к ближнему, человеколюбия* вышла на первое место в 2023 г. (8,2 %) и сравнялась с патриотизмом в 2025 г. (по 7,3 %,). Запрос на доброту вырос с 1,1 % в 2018 до 4,4 % в 2023 г. В 2025 г. стали чуть меньше говорить о волонтерстве, поскольку уже установились структуры организации волонтеров, определились базы и формы помощи.

И, конечно, в телетекстах более активно отражалась потребность в мужестве, стойкости, отстаивании независимости и свободы страны. Причем ценность этого нарастала от 2018 до 2025 г. последовательно от 2,9 до 5,4 %. Страна сплачивалась и защищалась, когда напали на Курскую область, и продолжала помогать вошедшим в результате референдума в РФ областям Малороссии. Поднимались темы *независимости и свободолюбия* новых районов России, отстаивании их права на «русскость», русский язык, свои традиции и ценности. Военные журналисты стали с разных сторон показывать боевые действия и повседневную «работу» солдат, их быт, характер. Рас-

ширились жанры публикаций с театра военных действий: кроме информации и аналитических шоу, стали появляться репортажи, очерки, развернутые беседы с участниками СВО в телестудии.

В отличие от этих общих тенденций, проявившихся в период СВО, *2025 г.* можно назвать еще *«годом выживаемости и здоровья»* даже по сравнению с 2023 г. (2,8 % и 6,6 % соответственно). Это естественно в связи с военными событиями, но объясняется еще и последствиями пандемии. За прошедшие двадцать лет существенно улучшилось медицинское обслуживание населения, решались проблемы не только лечения раненых, но и их реабилитации, новой социализации по возвращению к мирной жизни. Немалая доля телеконтента связана с рекламой лекарств и рецептов выживания в разных ситуациях, особенно в условиях СВО.

И еще важное: в 2025 г. подросло число публикаций, связанных с миролюбием (2023 г. —1,9 %, 2025 г. — 2,6 %). По мере того, как СВО решала свои базовые задачи по денацификации и демилитаризации Украины, все сильнее ощущалась потребность в приближении мира, которая закончилась тем, что воюющие стороны сели за стол переговоров в Стамбуле.

Еще она телеценность зримо выросла в процентном отношении за годы военной операции: *запрос на справедливость, правдивость и объективность информации*, которую западные медиа искажали, перекладывая свои преступления на Россию, искажая истинные причины и ход СВО (4,7 % в 2018 г. и 6,8 % в 2023, 4,9 % в 2025 г.). Это стало особенно заметно в самое последнее время в связи с тем, что военная операция на Украине все более стала восприниматься даже за рубежом как борьба за возвращение справедливости по отношению к русскоязычному населению Малороссии, а также в связи с нарушением прав России по безопасности, игнорированием обещаний не расширять НАТО к нашим границам. Связано это также с переписыванием истории Украины, искажением истории России, особенно ее участия в победе над фашизмом во второй мировой войне, принижении меры участия в этой победе Советского Союза. Появилось много лжи, фейков (как теперь принято говорить), специально сконструированных спецслужбами противников России, что вызвало ответную реакцию. Российские СМИ и телевидение, в частности, активно разоблачают эту ложь (например, в передаче Первого канала «Антифейк»). Таким образом, телевидение как самое массовое и мощное профессиональное медиа пытается донести до аудитории правду, вернуть историческую справедливость, чем и обусловлены результаты нашего контент-анализа.

При этом страна продолжала развиваться, строить свою промышленность, добилась больших успехов в сельском хозяйстве, создавала новые технологии, добилась успехов в науке, образовании, подготовке молодых кадров. Не удивительно, что это отразилось и в контенте. Ценность *инициативности, активности, созидательности* в телепрограммах увеличилась по сравнению с началом исследования в 2002 г., когда промышленность лежала в руинах. Созидательность, трудолюбие были отражены тогда только в 1,8 % телефрагментов, а в 2023 г. увеличились до 5,1 %, т.е. почти в три раза. Важно сказать и о том, что активность, инновационность, состязательность оказалась очень важной ценностью не только в связи с военными действиями, но и с оживлением инициатив в производственной и других сферах нашей жизни. Страна, которая в условиях войны показывает существенный рост производства и повышение национального капитала, может это сделать только путем мобилизации всех творческих сил, разработки и применения новых прорывных технологий, которые появились не только в военной промышленности,

но и в мирной. В 2018 г. было 3,1 % текстов, в которых проявлялась состязательность, в 2025 г. их стало 4,2 %.

Анализируя *динамику антиценностей*, прежде всего нужно сказать о главной тенденции: все годы первое место в этом списке занимало чрезмерное продвижение потребительства, особенно в рекламных текстах (табл. 5).

Пик пропаганды антиценностей на ТВ, особенно агрессивности, падения нравственности и чрезмерной пропаганды потребительской психологии пришелся на 2002–2008 гг. Приведем здесь горькие высказывания А. Солженицына о негативах ценностного поля в смутное время перелома столетий: «Страшней того, что успели разграбить и распродать Россию, — откуда выросло из нас это жестокое, зверское племя, эти алчные грязнохваты, захватившие и звание «новых русских», с таким смаком и шиком разжиревшие на народной беде? Ведь еще губительнее нашей нужды это повальное бесчестие, торжествующая развратная пошлость, просочившая новые верхи общества и изрыгаемая на нас изо всех телевизионных ящиков»... «И последнее,

Таблица 5 / Table 5

Динамика антиценностей, негативных характеристик

Dynamics of Anti-Values, Negative Characteristics

Антиценности, негативные характеристики (в % к числу закодированных ценностей) Ранжировано по седьмому столбцу / Anti-Values, Negative Characteristics (in % of the number of coded values) Ranked by the seventh column	**Годы исследования / Years of Research**					
	2002	**2008**	**2013**	**2018**	**2023**	**2025**
1	2	3	4	5	6	7
Превалирование потребительства, потребительская психология, безделие	8,6	6,1	10,5	5,0	7,2	3,7
Человеконенавистничество, безжалостность, нетерпимость, бездушие, эгоизм	6,7	4,0	1,9	2,6	1,9	2,1
Раздоры и конфликты в семье, разрушение семьи, исковерканное детство	1,6	1,5	3,1	3,0	1,9	1,9
Оккультизм, культ ведьм, колдунов и пр.	0,4	3,3	2,2	1,9	1,1	1,6
Пессимизм, обреченность, мрачность	3,6	1,4	1,1	0,8	0,9	1,0
Агрессивность, жестокость, убийство	7,0	8,4	5,3	2,8	1,6	0,9
Дисгармония, уродство, несообразность	–	3,6	1,8	2,2	1,0	0,9
Стяжательство, жадность	4,6	3,8	1,2	0,4	0,05	0,7
Гордыня, зависть	–	0,4	0,1	0,2	–	0,7
Разрушительство, анархия, хаос	1,8	1,4	2,4	0,5	0,3	0,5
Безнравственность, аморализм	0,4	0,2	0,3	0,3	0,2	0,5
Разъединенность, индивидуализм	1,6	0,2	0,8	1,6	0,1	0,4
Расточительность, мотовство	–	0,2	0,8	0,3	–	0,4
Распутство, порок, ранние половые связи, аномальные отношения	2,3	4,3	2,8	1,7	0,5	0,3
Ложь, клевета, несправедливость	0,9	1,0	0,8	0,2	0,3	0,1
Безродность. историческое беспамятство	0,1	0,07	0,1	0,1	0,05	0,1
Разрушение природы	–	–	0,07	–	0,2	0,08
Рутинность, шаблонность	–	–	–	0,07	0,05	0,08

Окончание табл. 5 / The End of the Table 5

Антиценности, негативные характеристики (в % к числу закодированных ценностей) Ранжировано по седьмому столбцу / Anti-Values, Negative Characteristics (in % of the number of coded values) Ranked by the seventh column	**Годы исследования / Years of Research**					
	2002	**2008**	**2013**	**2018**	**2023**	**2025**
1	2	3	4	5	6	7
Рабская безропотность, покорность, трусость	0,2	0,3	0,07	0,3	–	0,04
Пассивность, инертность, застой		0,07	0,3		0,05	0,04
Леность ума, нелюбознательность				0,1		0,04
Обреченность, болезни	1,5	0,7	1,0	0,3	0,1	–
Злоделие, поклонение злу	0,6	0,1	0,4	0,07	–	–
Итого: абс. / Total: abs	551	546	487	343	325	408
%	42,3	41,9	37,4	26,3	16,0	16,8

что у нас еще осталось отнять, — и отнимают, и воруют, и ломают ежедень — сам Дух народа»… «Сохранимся ли мы физически — государственно или нет, но в системе дюжины мировых культур русская культура — явление своеобычное, лицом и душой неповторимое. И не пристало нам обреченно отдаваться потере своего лица, ронять дух своей долгой истории. Не нынешнему государству служить, а Отечеству» [34, с. 201–204].

И Россия откатила от края пропасти, сумела преодолеть гибельность ценностных тенденций, начавшихся в девяностые годы. Наш анализ показал, что негативные тенденции преодолевались последовательно год от года.

За прошедшие двадцать лет резко упало количество (и соответственно процент) пропаганды агрессии, жестокости, убийств, которые просто переполняли телеэкран в 2002 и особенно в 2008 г., когда градус телеагрессии стал особенно высок — 8,4 %. Это было связано в основном с западными фильмами, которые тогда доминировали на телеэкране, триллерами, фильмами ужасов и пр. Особенно «преуспели» в этом анонсы фильмов, которые часто крутились, и для которых выбирались самые жестокие кадры, поскольку в западном кинематографе существует мнение, что подобные сюжеты наиболее привлекает публику. В 2013 г. доля такой негативной телеинформации упала до 5,3 %, в 2018 — до 2,8 %, в 2023 — до 1,6 % и в 2025 до 0,9 %. Читателю может показаться странной такая динамика в то время, когда идет военная операция. Но наше телевидение не показывает откровенных кровавых кадров. Однако в качестве контекстной информации о зверствах СВУ по отношению к местному населению такие кадры нередки, и мы их фиксировали, но они показывались на экране в контексте обсуждения хода операции, осуждали агрессивность, а не пропагандировали ее.

Пик пропаганды потребительства на российских телеканалах пришелся на 2013 г., когда десятая часть всех закодированных телефрагментов активно продвигала (главным образом — в рекламе) недоступные большинству телезрителей дорогие товары и услуги, завлекая красивой картинкой и несбыточными удовольствиями. Но уже в 2018 г. она стала появляться в два раза реже, а в 2025 г. — почти в три раза (3,7 %). Это связано и с рекламой, которая постепенно меняла свой вектор, потому что в значительной степени стала действительно отражать базовые потребности аудитории, большое внимание уделяя инструкциям, свя-

занным с лекарствами, потому что государство и частные предприниматели озаботились здоровьем населения, в том числе, и в связи с военной ситуацией.

Еще одна важная тенденция: разгул распутства, аморальности, безнравственного поведения, который фиксировалось в начале 2000-х гг., особенно в 2008 г. (4,3 %), стал тоже постепенно уменьшаться по мере того, как общество и государство принимало меры, ограничивающие пропаганду безнравственности в СМИ. Но, к сожалению, такая безответственность медиа «аукнулась» в 2013 и 2018 гг., когда повысился процент отражения конфликтов и раздоров семьях.

Но в целом совершенно ясно, что экран стал более позитивным и чистым, хотя до сих пор не лишен агрессии, особенно в фильмах и сериалах на частных каналах и, что особенно прискорбно, в детских мультфильмах, где часто демонстрируются крайне агрессивные образы, которые по сюжету якобы сражаются за справедливость. Но сам вид таких персонажей действует на детей негативно.

Суммирующие результаты исследования представлены в табл. 6 и на рис.

Контент-анализ показал, что если в 2002 и 2008 гг. соотношение позитивных ценностей и антиценностей было почти одинаковым — 58 % и 42 %, то в 2013 г. уже 63 % и 38 %, а в 2018 г. — 74 % и 26 % и в 2023 — 84 % и 16%, в 2025 — 83 % и 17 %, т.е. отчетливо видна положительная динамика. При этом более позитивный телеконтент предоставляют аудитории государственные каналы, а на частных больше зафиксировано негативных позиций.

Выводы

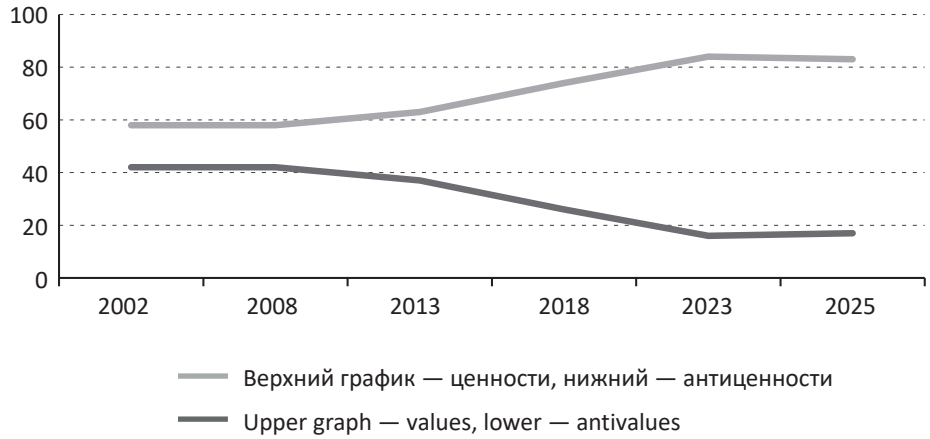
Применение методики клип-контент-анализа оказалось адекватным при изучении телеинформационного контента в связи с современными его особенностями: увеличением новостной информации, быстрой сменяемостью информации, изменившейся в последние годы

Таблица 6 / Table 6

Динамика типов ценностей по годам

Dynamics of Types of Values by Years

Годы исследования / Years of Research	2002	2008	2013	2018	2023	2025	С контекстными антиценностями / With Contextual Anti-Values	
							2023	2025
Процент к числу фрагментов с ценностями / Percentage of the Number of Fragments with Values	57,7	58,1	62,6	73,7	84,0	83,2	71,6	75,9
Процент к числу фрагментов с антиценностями / Percentage of the Number of Fragments with Anti-Values	42 3	41,9	37,4	26,3	16,0	16,8	28,4	24,1
Всего фрагментов / Total Fragments	1 304	1 304	1 304	1 304	2 041	2 433	2 394	2 667



Ценности-антиценности по годам
Values-antivalues by years

методикой телесмотрения, которую можно назвать клиповой, динамичной, быстрой переключаемостью каналов.

Продуктивной при изучении ценностей, отраженных в телеконтенте, оказалась и методология фиксации противоположных ценностей: позитивных традиционных ценностей и антиценностей, что позволило получить соотносительные данные.

Ценностную динамику в телеконтенте удалось зафиксировать, благодаря методике панельного социологического исследования за шесть замеров (2002–2025 гг.) по одному кодификатору на соотносимых объектах и при сплошном изучении телеконтента всех типов: журналистского, художественного, документально-исторического, рекламного и пр.

Анализ динамики ценностных парадигм основных каналов российского телевидения показывает, что ситуация разворачивалась во времени в позитивном направлении и имеет следующие особенности.

Первое десятилетие нового века характеризуется амбивалентными ценностными акцентами. Еще отчетливо проявляются агрессивные и хаотические тенденции девяностых годов: коммерциализации, потребительства, пессимизма и разрушительства, оживления оккультизма, скандально-развлекательными передачами и агрессивности в телеконтенте по западным образцам. Но уже начинает проявляться и в жизни, и в телеконтенте необходимость порядка и безопасности, возрождения жизнеспособности народа, что можно считать началом ценностного перелома на телеэкране.

Во втором десятилетии эти тенденции стали постепенно разворачиваться: страна и телеэкран освобождаются от тяжелого наследия прежних лет, повышается запрос на нравственность и созидательность, что порождает оптимизм и все большую организованность с опорой на традиционные ценности русского народа. Наблюдается постепенный ценностный подъем, нарастание оптимизма и созидательности, инициативности в восстановлении различных сфер жизни общества.

Начало двадцатых годов нового века связано со специальной военной операцией и подъемом патриотического настроения, единства страны, когда проявились лучшие качества народа. В условиях пандемии и СВО повысились

ценность самой жизни и здоровья. Эту телепарадигму можно назвать ценностной кульминацией патриотического движения, человеколюбия, милосердия, единства, соборности, мужества народа и запроса на справедливость, которые помогают возродить страну, как независимую, динамичную, мощную, справедливую и духовную державу, основанную на корневых православных ценностях народа, обогащенных опытом современной жизни.

Список использованной литературы

1. Свитич Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. — Москва : Икар, 2000. — 252 с.

2. Сидоров В.А. Аксиология журналистики : опыт становления новой дисциплины / В.А. Сидоров, К.Р. Нигматуллина, С.Н. Ильченко. — Санкт-Петербург : Роза мира, 2009. — 174 с. — EDN KIWMAG.

3. Журналистика. Общество. Ценности / Г.В. Жирков, С.С. Бодрунова, В.А. Сидоров [и др.]. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. — 448 с. — EDN RXHEDZ.

4. Культура общества и достоинство журналистики : материалы науч.-практ. семинара, 2 дек. 2004 г. / ред.-сост. С.Г. Корконосенко. — Санкт-Петербург, 2005. — 136 с.

5. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века) / И.В. Ерофеева. — Чита : Изд-во ЗабГПУ, 2009. — 297 с. — EDN RWTOHF.

6. Демина И.Н. Методологические подходы к ценностям: основания экономической массовой коммуникации / И.Н. Демина. — EDN QIYSZD // Вопросы теории и практики журналистики. — 2012. — № 2. — С. 32–49.

7. Демина И.Н. "Ценности" в российском научном дискурсе / И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(4).657-679. — EDN YIVTGJ // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 4. — С. 657–679.

8. Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Е.Л. Вартанова, Я.Н. Засурский. — Москва : Фак. журн. МГУ, 2012. — 522 с. — EDN XQPZHD.

9. Массмедиа и ценностные отношения общества / под ред. Г.В. Лазутиной. — Москва : МедиаМир, 2013. — 316 с. — EDN TVVIIR.

10. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже веков / С.Н. Ильченко. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбУ, 2009. — 466 с. — EDN QYHECL.

11. Полуэхтова И.А. Социокультурная динамика российского телевидения. / И.А. Полуэхтова. — Москва : Видео Интернешнл, 2010. — 303 с. — EDN QXZZTV.

12. Социокультурная роль российского ТВ в национальном ин формационном пространстве / ред. С.Л. Уразова. — Москва, 2014. — 280 с. — EDN UDGNXT.

13. Долгова Ю.И. Контент-стратегии телеканалов большой тройки: тематика, жанры, форматы / Ю.И. Долгова, Г.В. Перипечина, О.В. Тихонова. — DOI 10.17223/19986645/61/14. — EDN CQXKPA // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2019. — № 61. — С. 237–255.

14. Долгова Ю.И. Инфотейнмент в вечерних новостях едущих российских телеканалов / Ю.И. Долгова, К.В. Шептуха. — DOI 10.30628/1994-9529-2023-19.4-119-147. — EDN YSEUHC // Наука телевидения. — 2023. — Т. 19, № 4. — С. 119–147.

15. Чобанян К.В. Тема как жанрообразующий фактор контента информационных телеканалов (на материале телеканалов Си-эн-эн и Россия 24) / К.В. Чобанян. — EDN VSKGEZ // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2016. — № 2. — С. 3–21.

16. Тихонова О.В. Адаптация информационного вещания российских телеканалов "большой тройки" к условиям медиарынка Республики Молдова / О.В. Тихонова, А.А. Слободянюк. — DOI 10.30547/vestnik.journ.2.2023.4772. — EDN BQIIXS // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2023. — Т. 48, № 2. — С. 47–72.

17. Шацкая А.Д. Контент российских телеканалов в Интернете: технологии размещения и монетизации / А.Д. Шацкая. — DOI 10.30547/vestnik.journ.6.2019.129154. — EDN GIYUHX // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2019. — № 6. — С. 129–154.

18. Контент телевизионных развлекательных каналов в социальных сетях (на примере VK и Telegram / К.М. Конкина, П.А. Лапина, Д.М. Храпова, П.В. Штифанова. — DOI 10.30547/vestnik.journ.1.2024.2948. — EDN HUBEZD // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2024. — Т. 49, № 1. — С. 29–48.

19. Чобанян К.В. Трансформация характеристик телевизионных новостей на платформах VK и Telegram / К.В. Чобанян. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.326. — EDN LEDDMP // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2024. — Т. 49, № 5. — С. 3–26.

20. Bignell J. An Introduction to Television Studies / J. Bignell. — London ; New York : Routledge, 2008. — 356 p.

21. Television Studies: The Key Concepts / B. Casey, N. Casey, B. Calvert [et al]. — London : Routledge, 2002. — 345 p.

22. Television Studies after TV: Understanding Television in the Post-Broadcast era / ed. G. Turner, J. Tay. — London ; New York : Routledge, 2009. — 214 p.

23. Lotz A.D. The Television Will Be Revolutionized / A.D. Lotz. — New York University Press, 2014. — 338 p.

24. Feuer J. Genre Study and Television / J. Feuer // Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism. — Chapel Hill, 1992. — P. 138–160.

25. Thinking Outside the Box. A Contemporary Television Genre Reader / ed. G.R. Edgerton, G.R. Brian. — Kentucky : The University Press of Kentucky, 2001. — 368 p.

26. Mittel J. Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture / J. Mittel. — New York : Routledge, 2004. — 238 p.

27. Kilborn R. Mixing and Matching: The Hybridising Impulse in Today's Factual Television Programming / R. Kilborn // Genre Matter: Essays in Theory and Criticism / ed. G. Down, L. Stevenson, J. Strong. — Bristol, 2006. — P. 109–122.

28. Свитич Л.Г. Методология и результаты исследования ценностных дихотомий в русскоязычном семантическом медиаполе. Методики и результаты второго этапа исследования / Л.Г. Свитич. — DOI 10.51965/2076-7919_2023_1_4_127. — EDN FAXMMD // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2023. — Т. 1, № 4. — С. 127–141.

29. Свитич Л.Г. Традиционные российские ценности на телеэкране в динамике (2002–2023 гг.) / Л.Г. Свитич. — DOI 10.51965/2076-7919_2023_2_2_200. — EDN SUWJPD // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2023. — Т. 2, № 2. — С. 200–214.

30. Свитич Л..Г. Феноменология журналистики : в 2 т. / / Л.Г. Свитич. — Москва : Икар, 2024. — 2 т.

31. Левада Ю.А. От мнений к пониманию : социол. очерки, 1993–2000 / Ю.А. Левада. — Москва : Моск. школа полит. исслед., 2000. — 574 с.

32. Громыко М.М. О воззрениях русского народа / М.М. Громыко, А.В. Буганов. — Москва : Паломникъ, 2000. — 541 с.

33. Платонов О.А. Русская цивилизация : учеб. пособие / О.А. Платонов. — Москва : Роман-газета, 1995. — 222 р.

34. Солженицын А.И. Россия в обвале / А.И. Солженицын. — Москва : Русский путь, 1998. — 203 с.

35. Сорокнн П.А. Основные черты русской нации в двадцатом столетии / П.А. Сорокнн // О России и русской философской культуре. Философы русского послеоктябрьского зарубежья. — Москва, 1990. — С. 463–489.

36. Даль В.И. Пословицы русского народа : сборник в 3 т. — В.И. Даль. — Москва : Русская книга, 1984. — 3 т.

References

1. Svitich L.G. *The Phenomenon of Journalism*. Moscow, Ikar Publ., 2000. 252 p.

2. Sidorov V.A., Nigmatullina K.R. Ilchenko S.S. *The Axiology of Journalism: The Experience of the Formation of a New Discipline*. Saint Petersburg, Roza mira Publ., 2009. 174 p. EDN: KIWMAG.

3. Zhirkov G.V., Bodrunova S.S., Sidorov V.A., Korkonosenko S.G., Nigmatullina K.R., Berezhnaya M.A., Duskaeva L.R. *Journalism. Society. Values*. Saint Petersburg, Petropolis Publ., 2012. 448 p. EDN: RXHEDZ.

4. Korkonosenko S.G. (ed.). *The Culture of Society and the Dignity of Journalism*. *Materials of the Scientific and Practical Seminar, December 2. 2004*. Saint Petersburg, 2005. 136 p.

5. Erofeeva I.V. *Axiology of Media Text in Russian Culture (Representation of Values in Journalism at the Beginning of the 21st Century*). Novosibirsk Transbaikal State Humanitarian and Pedagogical University of N.G. Chernyshevsky Publ., 2009. 340 p. EDN: RWTOHF.

6. Demina I.N. Methodological Approaches to Values: Graunds of Economic Mass Communication. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2012, no. 2, pp. 32–49. (In Russian). EDN: QIYSZD.

7. Demina I.N. "Values" in Russian Scientific Discourse. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 4, pp. 657–679. (In Russian). EDN: YIVTGJ. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(4).657-679.

8. Vartanova E.L., Zasurskii Ya.N. (eds). *Journalism in 2011: The Values of Modern Society and the Mass Media. Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference*. Moscow, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2012. 522 p. EDN: XQPZHD.

9. Lazutina G.V. (ed.). *Mass Media and The Society's Value Relationships*. Moscow, MediaMir Publ., 2013. 316 p. EDN: TVVIIR.

10. Ilichenko S.N. *Domestic Television at the Turn of the Century*. Saint Petersburg State University Publ., 2009. 466 p. EDN: QYHECL.

11. Poluehkhtova I.A. *Socio-Cultural Dynamics of the Russian Television*. Moscow, Video Interneshnl Publ., 2010. 303 p. EDN: QXZZTV.

12. Urazova S.L. (ed.). *The Socio-Cultural Role of Russian TV in the National Information Space*. Moscow, 2014. 280 p. EDN: UDGNXT.

13. Dolgova Yu.I., Peripechina G.V., Tikhonova O.V. Content Strategies of the "Big Three" TV Channels: Topics, Genres, Formats. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2019, no. 61, pp. 237–255. (In Russian). EDN: CQXKPA. DOI: 10.17223/19986645/61/14.

14. Dolgova Yu.I., Sheptuha K.V. Infotainment in the Evening News of Russian TV Channels. *Nauka televideniya = The Art and Science of Television*, 2023, vol. 19, no. 4, pp. 119–147. (In Russian). EDN: YSEUHC. DOI: 10.30628/1994-9529-2023-19.4-119-147.

15. Chobanyan K.V. Topic as the Genre-Determining Factor for Commercial and State-Owned News Channel Content (Based on CNN and "Rossiya 24" News Channels). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2016, no. 2, pp. 3–21. (In Russian). EDN: VSKGEZ.

15. Tikhonova O.V., Slobodyanyuk A.A. Adaptation of Russian 'Big Three' Television Channels' News Broadcasting to the Conditions of the Media Market in the Republic of Moldova. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2023, vol. 48, no. 2, pp. 47–72. (In Russian). EDN: BQIIXS. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2023.4772.

17. Shatskaya A.D. Content of Russian Online Television Channels: Distribution and Monetization Technologies. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2019, no. 6, pp. 129–154. (In Russian). EDN: GIYUHX. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2019.129154.

18. Konkina K.M., Lapina P.A., Khrapova D.M., Shtifanova P.V. Content of Television Entertainment Channels in Social Media (a Case Study of VK and Telegram). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2024, vol. 49, no. 1, pp. 29–48. (In Russian). EDN: HUBEZD. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2024.2948.

19. Chobanyan K.V. Transformation of Television News Videos Characteristics on VK and Telegram Social Networks. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2024, vol. 49, no. 5, pp. 3–26. (In Russian). EDN: LEDDMP. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.326.

20. Bignell J. *An Introduction to Television Studies*. London, New York, Routledge, 2008. 356 p.

21. Casey B., Casey N., Calvert B., French L., Lewis J. *Television Studies: The Key Concepts.* London, Routledge, 2002. 345 p.

22. Turner G., Tay J. (eds). *Television Studies after TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era*. London, New York, Routledge, 2009. 214 p.

23. Lotz A.D. *The Television Will Be Revolutionized*. New York University Press, 2014. 338 p.

24. Feuer J. Genre Study and Television. In *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill, 1992, pp. 138–160.

25. Edgerton G.R., Brian G.R. (eds). *Thinking Outside the Box. A Contemporary Television Genre Reader*. Kentucky, The University Press of Kentucky, 2001. 368 p.

26. Mittel J. *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. New York, Routledge, 2004. 238 p.

27. Kilborn R. Mixing and Matching: The Hybridising Impulse in Today's Factual Television Programming. In Down G., Stevenson L., Strong J. (eds). *Genre Matter: Essays in Theory and Criticism*. Bristol, 2006, pp. 109–122.

28. Svitich L.G. Methodology and Results of the Study of Semantic Value Dichotomies in the Russian-Language Media Field (According to the Databases of THE "Integrum" Program). *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2023, vol. 1, no. 4, pp. 127–141. (In Russian). EDN: FAXMMD.

29. Svitich L.G. Traditional Russian Values on TV in Dynamics (2002–2023). *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2023, vol. 2, no. 2, pp. 200–214. (In Russian). EDN: SUWJPD.

30. Svitich L.G. *Phenomenology of Journalism*. Moscow, Ikar Publ., 2024. 2 vol.

31. Levada Yu.A. *From Opinions to Understanding*. Moscow School of Political Studies Publ., 2000. 574 p.

32. Gromyko M.M., Buganov A.V. *On the Views of the Russian People*. Moscow, Palomnik Publ., 2000. 541 p.

33. Platonov O.A. *The Russian Civilization*. Moscow, Roman-gazeta Publ., 1995. 222 p.

34. Solzhenitsyn A.I. *Russia in Collapse*. Moscow, Russkii put Publ., 1998. 203 p.

35. Soroknn P.A. The Main Features of the Russian Nation in the Twentieth Century. In *About Russia and Russian Philosophical Culture. Philosophers of the Russian Post-October Diaspora*. Moscow, 1999, pp. 463–489. (In Russian).

36. Dal V.I. *Proverbs of the Russian People*. Moscow, Russkaya kniga Publ., 1984. 3 vol.

Информация об авторе

Свитич Луиза Григорьевна — доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник, кафедра цифровой журналистики, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, https://orcid.org/0000-0003-2179-1844, SPIN-код: 3088-8993, Scopus Author ID: 56469813600, ResearcherID: A-3320-2019.

Author Information

Luiza G. Svitich — D.Sc. in Philology, Leading Researcher, Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, https://orcid.org/0000-0003-2179-1844, SPIN-Code: 3088-8993, Scopus Author ID: 56469813600, ResearcherID: A-3320-2019.