Луиза Григорьевна Свитич

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

[svitichb@yandex.ru](mailto:svitichb@yandex.ru)

**Ценностный телеконтент в динамике**

Проект «Динамика традиционных ценностей на телевидении» (2001–2023 гг.), который автор статьи осуществляет на протяжении 23 лет, посвящён анализу отражения традиционных российских ценностей в контенте основных федеральных телеканалов. Концепция выбора традиционных отечественных ценностей строилась на анализе 30 тысяч пословиц, собранных В. И. Далем, в результате чего создан кодификатор для клип-контент-анализа с привлечением, естественно, и публикаций на эту тему. Методика строилась по дихотомическому принципу: кодировались традиционные ценности и противостоящие им антиценности. Исследовалось динамика ценностной структуры основных российских каналов (от 12 до 16) в ходе пяти замеров с 2001 по 2023 гг.

В результате частотного анализа пословиц, собранных Далем, первое место в иерархии ценностей русского народа занимают ценности общинности (6155 пословиц), от самых близких – от семьи, через род к Родине. Второй блок – ценности труда и его плодов (5658): уважение ремесла, земли-кормилицы и работы на ней. Третий блок – православная вера и восходящие к старине народные верования, традиции и праздники (2803). Но по частотности самое значительное место (15516) занимает четвертый блок пословиц, в которых зафиксированы нравственные ценности «добродетели и пороки»: доброделание, гостеприимство, хлебосольство, трудолюбие, надежда на счастье, способность терпеть (т.е. по-православному относиться к страданиям), стремление к познанию, бережливость, мужество, упорство, дружелюбие, жизнелюбие, миролюбие (при готовности защищать правое дело). Особо следует сказать о немалой частотности творческих, креативных характеристик, а также динамизма, стремления к обновлению. Противоположные добродетелям пороки осуждаются метким народным словом – чаще всего это пьянство, беспутство, блуд.

Контент-анализ показал, что если в 2002 и 2008 гг. соотношение позитивных ценностей и антиценностей на экране топовых телеканалов было почти одинаковым – 58 и 42%, то в 2013 г. – уже 63 и 38%, в 2018 г. – 74 и 26%, а в 2023 г. – 84 и 16% соответственно, то есть с 2013 г. отчетливо видна позитивная динамика. Российский телеэкран, безусловно, стал за последние годы более позитивным, патриотичным, креативным, созидательным, познавательным, милосердным, семейным, то есть более приверженным базовым российским ценностям.