Алексей Юрьевич Быков

Санкт-Петербургский государственный университет

a.y.bykov@spbu.ru

**Государственная политика как фактор формирования ценностных ориентиров в аудиовизуальной журналистике**

Рассматриваются ценностные ориентиры аудиовизуальных медиа в контексте основных направлений государственной политики, связанных со сферой культурного развития, духовно-нравственного воспитания, утверждения национальных ценностей. С учетом опыта России и Китая выделяются особенности влияния государства на ценностные приоритеты в медийной сфере.

Ключевые слова: государственная политика, ценности, аудиовизуальная журналистика, Россия, Китай.

Усиление роли государства в регулировании массмедийной и, в частности, аудиовизуальной сферы – одна из заметных тенденций последнего времени. Государственные чиновники в разных странах уделяют пристальное внимание уточнению принципов государственной политики в сфере массмедиа. Под государственной политикой традиционно понимаются основные принципы, нормы и деятельность по осуществлению государственной власти. Если обратиться к более детальным характеристикам государственной политики, можно указать, что это – «линия, курс, определение целей и задач и сама деятельность, направленная на их достижение и проводимая данным государством и его органами в центре и на местах, в стране и за рубежом» [1]. Среди политических приоритетов многих стран – поддержание национальных ценностей и традиционных устоев общественного развития. Основные положения государственной политики в данной сфере закрепляются в законах и существенно влияют на деятельность СМИ.

В Российской Федерации понятие традиционных ценностей закреплено в Основах государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей (утверждены Указом Президента России от 9 ноября 2022 г. № 809). Среди нравственных ориентиров, формирующих мировоззрение граждан России, являющихся основой общероссийской гражданской идентичности и единого культурного пространства, в документе выделяются «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» [3].

В Китае основными законами, где сформулирована политика государства в сфере ценностных ориентиров общества, являются Конституция КНР и Гражданский кодекс Китайской Народной Республики. Согласно данным документам, государство выступает за ключевые ценности социализма и общественную мораль, для которой характерна любовь к Родине, народу, труду, науке, социализму, проводит в народе воспитание патриотизма, коллективизма и интернационализма, коммунизма, воспитание на основе диалектического и исторического материализма, ведет борьбу против буржуазной, феодальной и иной тлетворной идеологии. (Конституция КНР. Ст. 24, п. 2.). Одна из задач Гражданского кодекса КНР – продвижение основных социалистических ценностей. В нем особо указывается на необходимость внедрения основных социалистических ценностей в построение правового государства (Гражданский кодекс Китайской Народной Республики. Гл. I, ст. 1).

Государственная политика в сфере ценностных ориентиров общества приносит свои результаты: к этим вопросам усиливается внимание работников СМИ, меняются содержательные акценты в программах телевизионных каналов. Согласно данным исследователей, на российском телевидении в «2002 и 2008 годах соотношение позитивных ценностей и антиценностей было почти одинаковым – 58 и 42%, то в 2013 году уже 63 и 37%, а в 2018 году – 73 и 26% и в 2023 – 84 и 16%, то есть отчетливо видна позитивная динамика» [2: 213].

В исследовательском поле Китая сформировалась позиция, согласно которой телевидение должно пропагандировать возвышенные социальные ценности и призывать людей заботиться о физическом и психическом здоровье уязвимых групп общества, а не использоваться для решения негативных задач [4]. Данный подход последовательно реализуется на практике. Как отмечается, в китайских медиа неизбежно проявляется определённая ценностная направленность, в том числе и на промежуточных этапах передачи информации, таких как сбор данных журналистами, редакционная проверка и влияние ценностных ориентаций медиакомпаний [5]. Очевидно, что сложившаяся ситуация является следствием соответствующей государственной политики.

Литература

1. Власть. Политика. Государственная служба: Словарь / В. Ф. Халипов, Е. В. Халипова. М., 1996. URL: <http://niv.ru/doc/dictionary/power-policy/fc/slovar-195.htm#zag-291>. (дата обращения: 05.03.2025).

2. Свитич Л. Г. Традиционные российские ценности на телеэкране в динамике (2002–2023 гг.) // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2023. Т. 2. № 2. С. 200–214.

3. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502?erid=LjN8K8S48>. (дата обращения: 20.03.2025).

4. Цзячжэнь Лю. Анализ распространения социальных ценностей в новостных программах местного телевидения // Современное телевидение. 2015. Т. 10. С. 110–111. DOI: 10.16531/j.cnki.1000-8977.2015.10.045. (На китайском: 刘嘉任.探析地方电视新闻节目的社会价值观传播[J].当代电视, 2015(10): 110-111. DOI: 10.16531/j.cnki.1000-8977.2015.10.045).

5. Чжан Ж. Тенденции развития СМИ в контексте современной китайской политической идеологии // Litera. 2024. № 12. С.69–79. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.12.72672. URL: <https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72672>. (дата обращения: 20.02.2025).