



ЖУРНАЛИСТИКА
ВИЗУАЛЬНЫЕ МЕДИА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ
JOURNALISM
VISUAL MEDIA IN THE DIGITAL SPACE

DOI: 10.22363/2312-9220-2025-30-2-329-345

EDN: JUOUNJ

УДК 82-92;70

Научная статья / Research article

Изменение ценностных парадигм в российском телеконтенте в 2002–2025 гг.

Л.Г. Свитич 

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

✉ svitichb@yandex.ru

Аннотация. Приведены результаты социологического контент-аналитического исследования, посвященного динамике ценностных парадигм на основе изучения традиционных ценностей на российском ТВ. С 2002 по 2025 г. несколько раз делали замеры продвигаемых телевидением ценностей по единому кодификатору, составленному на основе анализа 30 тысяч народных пословиц, собранных В.И. Далем. Исследование показало, что наблюдается положительная динамика представления базовых российских ценностей на телеэкране. На протяжении исследуемых лет в телеконтенте активно отражались творческие, креативные потенции народа, его оптимизм, стремление к безопасности и порядку. С годами возрастает количество публикаций с ценностями патриотизма, милосердия, человеколюбия, миролюбия, правдолюбия, православной духовности, нравственности, соборности, созидательности. Наоборот, в процентном отношении все меньше становится публикаций, где пропагандируется потребительская психология, индивидуализм, жестокость, эгоизм, безнравственность и другие антиценности. Общее соотношение позитивных ценностей и антиценностей за это время изменилось с 58:42 до 83:17%.

Ключевые слова: аксиология, ценности, народные пословицы, традиционные российские ценности, телевидение, контент-анализ

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 28 февраля 2025 г.; отрецензирована 21 марта 2025 г.; принята к публикации 30 марта 2025 г.

© Свитич Л.Г., 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Для цитирования: Свитич Л.Г. Изменение ценностных парадигм в российском телеконтенте в 2002–2025 гг. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2025. Т. 30. № 2. С. 329–345. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2025-30-2-329-345>

Dynamics of Value Paradigms in Russian TV Content in 2002–2025

Luiza G. Svitch 

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

✉svitichb@yandex.ru

Abstract. Presents the results of a sociological content-analytical study devoted to the dynamics of value paradigms based on the study of traditional values on Russian TV. The study was a panel study, that is, several times from 2002 to 2025, measurements of the values promoted by television were made according to a single codifier compiled on the basis of the analysis of 30 thousand folk proverbs collected by V.I. Dahl. Dynamics of the presentation of basic Russian values on the TV screen. Throughout the years under study, the television content actively reflected the creative potentials of the people, their optimism, desire for security and order. Over the years, the number of publications with the value of patriotism, mercy, philanthropy, peacefulness, love of truth, Orthodox spirituality, morality, conciliarity, and creativity has been increasing. And vice versa, there are fewer and fewer publications that promote consumer psychology, individualism, cruelty, egoism, immorality and other anti-values. The overall ratio of positive values and anti-values during this time changed from 58:42 to 83:17%.

Keywords: axiology, values, folk proverbs, traditional Russian values, television, content analysis

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted February 28, 2025; revised March 21, 2025; accepted March 30, 2025.

For citation: Svitch, L.G. (2025). Dynamics of Value Paradigms in Russian TV Content in 2002–2025. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 30(2), 329–345. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2024-30-2-329-345>

Введение

Сегодня, во время мировых катаклизмов и противостояния цивилизаций, как никогда прежде обострился вопрос, связанный с базовыми российскими ценностями, которые помогают выстоять и сохранить независимость, самобытность нашей страны и придать ее развитию позитивную динамику. Естественно, что в этих условиях ученые стали активнее заниматься аксиологией журналистики, которая в значительной степени влияет на формирование ценностей в обществе. Ученые обсуждали философские аспекты аксиологии

журнализма (Свитич, 2000), проблемы становления аксиологии журналистики как науки¹ (Сидоров и др., 2009), исследовали ценности медиатекстов в контексте культуры (Ерофеева, 2009; Корконосенко, 2012) и других сфер жизни общества (Лазутина, 2019).

Основная ценностная проблема, которая в последние три десятилетия резко проявилась в постсоветском обществе нашей страны, – разрыв между базовыми традиционными ценностями российской цивилизации и ценностями, возникшими в результате изменений типа общества, его жизнеустройства в 1990-е гг. В результате произошел слом или надлом базовой ценностной системы во всех основных сферах общества: политической, экономической, духовной, нравственной и семейной. Этому немало содействовала журналистика, будучи наиболее мощным оперативным средством распространения информации, в последние десятилетия широко использующая различные платформы и формы цифровой журналистики. Это привело к смене традиционной отечественной ценностной парадигмы вертикального типа на горизонтальную – с преобладанием западной концепции безграничной, часто немотивированной, свободы и толерантности в системе ориентаций и поведенческих моделях, которые, помимо позитивных эффектов (освобождения от идеологического диктата и тоталитарных форм регулирования всех сфер жизни), привели и к негативным последствиям (вседозволенности, асоциальным, девиантным формам поведения, преступности, коррупции, наркотизации, алкоголизации, безнравственности и т.п.). Новые парадигмы развития не могли не сказаться и на ценностной концепции развития культуры, образования и просвещения. Культура приобрела все признаки массовой (в худшем значении этого слова), стала доминирующей концепция развлечения, коммерциализации, а не просвещения или развития личности и созидательных потенциалов страны. В этих условиях роль журналистики в процессах повышения аксиологического уровня общества существенно расширяется, однако и в ней также сильны примитивизация, шаблонизация, постправда, вторичность, поверхностность, сокращение аналитичности, превалирование коммерческих медиаформатов. Здесь важно напомнить об экологии человеческой личности, о чем тревожатся И.И. Волкова и Н.М. Лазутова: «Вряд ли можно говорить об экологии человека, если с помощью экранных технологий с их потенциалом зачаровывания угнетается воля и подавляются ориентировочный и исследовательский рефлекс зрителей, позволяя любому безнравственному „профессионалу“ через эмоциональные установки „присоединять“ их к определенной позиции и программировать их поведение» (Волкова, Лазутова, 2017, с. 110).

Электронные СМИ, в первую очередь телевидение, в период перестройки играли в этом процессе первостепенную роль, которая до сих пор сохранила свое влияние, хотя в значительной степени ТВ «переселилось» на сетевые платформы и мобильные носители.

¹ Сидоров В.А. Аксиология журналистики : учеб. пособие. СПб. : Петрополис, 2016. 201 с.

О том, какова роль СМИ в формировании ценностной системы аудитории, как они выполняют свою общественную миссию, мы уже писали, анализируя социологические исследования медиаконтента (Свитич, 2018, 2023; Свитич, 2024; Свитич, Смирнова, 2024). Цель данной статьи – представить панельное исследование динамики ценностных парадигм наиболее популярных общенациональных программ в начале нового столетия на основе изучения традиционных ценностей, отражаемых телевидением. Для этого нужно напомнить, что философы-аксиологи говорят о двух основных ценностных парадигмах: ориентации на базовые духовные ценности как идеал и ориентации на дуальные практические материальные ценности полезности, превалирование утилитарных потребительских интересов. Мы рассматриваем ценности в применении к журналистике как порождение исходных позитивных *смыслов – сущностей – ноуменов – идеалов – должного*, которые существуют на разных уровнях информационных полей, выражены в общественной миссии СМИ, постепенно реализуются в процессе феноменологизации журналистики через ценностные ориентации редакций, журналистов в медиаконтенте (Свитич, 2024).

Исконные корневые общенациональные ценности формировались веками и составляют становой хребет – ось, которая держит и сохраняет любой народ. Ученые института этнологии и антропологии Российской академии наук М.М. Громыко и А.В. Буганов, изучив огромный этнографический материал, приходят к выводу, что православная вера – основа всех глубинных традиций народной жизни и массового сознания русских (Громыко, Буганов, 2000). Более детальный перечень корневых черт и ценностей русского народа дает О.А. Платонов, привлекая к этому анализу пословицы и поговорки, в которых выражены вековые моральные установления нации². Важный исторический материал представлен в статье русского этнографа Я.О. Кузнецова «Семейное и наследственное право в народных пословицах и поговорках» (Кузнецов, 1910)³.

Анализ различных исследований на эту тему (Свитич, 2024) показывает, что корневыми, традиционными ценностями русского народа, вобравшими вечные 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 важной обязанности человека, творческое отношение к труду и жизни, нестяжательство при доброте и щедрости, честность и жизнелюбие, уважение семьи и целомудрие. Современная парадигма, связанная с традиционными

² Платонов О.А. Русская цивилизация : учеб. пособие для формирования русского национального сознания. М. : Роман-газета, 1995. 222 с.

³ Статья доступна онлайн на портале Российской государственной библиотеки. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01007514600?page=1&rotate=0&theme=white> (дата обращения: 31.03.2025).

российскими духовно-нравственными ценностями отражена в поправках в Конституцию и в Указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей», где перечисляются 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 России⁴.

Методика исследования

При программировании исследования для составления ценностного кодификатора опирались, прежде всего, на собранные В.И. Далем пословицы, по которым лучше всего судить о корневых ценностях русского народа. Пословица – продукт коллективного народного творчества, проверенный веками плод наблюдений над жизнью, сгусток полезных советов, народной мудрости, отражение сущностных, константных ценностей, норм и моделей поведения людей. Пословицы концентрируют, обобщают социально-исторический, трудовой, общинный, семейный, духовный опыт народа, отражают его мировоззрение, типизируют ситуации и советуют, как поступать. Часто пословицы построены по принципу дихотомии: ценность – антиценность, хорошее – дурное, полезное – вредное, добродетель – грех. Пословицы устойчивы, передают накопленный опыт, народную мудрость, ценности последующим поколениям и в этом смысле являются *межпоколенной ценностной коммуникацией*.

Для анализа ценностных доминант русского народа были проанализированы 30 тысяч пословиц, которые собрал В.И. Даль (1984). Сто двадцать пять рубрик, которые имеют ценностный характер, были систематизированы по смыслу и исследованы с применением метода частотного анализа, затем пословицы объединялись в более крупные смысловые кусты, которые составили четыре типологические категории. В результате оказалось, что народная мудрость выстраивается в весьма *сущностную иерархию ценностей, моделей поведения*, вековую копилку опыта, полезного для передачи потомкам⁵ (табл. 1).

⁴ Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 12.03.2025).

⁵ В связи с тем, что исследование панельное и его результаты печатались по мере получения информации, начиная с 2002 г., некоторые таблицы уже были опубликованы, но здесь без них обойтись нельзя, поскольку они объясняют методику многолетнего исследования и напоминают о промежуточных результатах, без которых невозможно выявить полную динамику процесса представления ценностей в телеконтенте, включая 2025 г.

Таблица 1

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

Ценности общности	6155
Ценность семьи, любовь, верность, почитание старших	2177
Общинность, соборность, единство в многообразии, почитание традиций	1803
Патриотизм, уважение родины, рода, народа, языка	1290
Человек как член общности	885
Ценности хозяйствования, труда и его плодов	5658
Домовитость, близость к земле, природе	2354
Уважение собственности, трудового достатка, осуждение воровства	2162
Любовь к труду, ремеслу, осуждение праздности	1142
Верования, вера в высшие силы	2540
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	13348
Доброславие, осуждение зла, грехов, пороков (пьянства, беспутства, картежничества)	1895
Взаимопомощь, гостеприимство, хлебосольство	1611
Надежда на счастье, терпение к страданиям	1531
Уважение ума, толковости, осуждение глупости	1102
Стремление к сущности, употребление в языке сущностных понятий	1099
Бережливость, запасливость, умеренность, осуждение мотовства, жадности	863
Стремление к учению, 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

Источник: составлено Л.Г. Свитич.

Table 1

**Traditional values of the Russian people in proverbs and sayings collected by V.I. Dahl
(frequency analysis)**

Values of community	6155
The value of the family, love, loyalty, respect for the elders	2177
Community, conciliarity, unity in diversity, reverence for traditions	1803
Patriotism, respect for the motherland, clan, people, language	1290
Man as a member of the community	885
Values of management, labor and its fruits	5658
Homeliness, proximity to the land, nature	2354
Respect for property, labor prosperity, condemnation of theft, unrighteous wealth	2162
Love for work, craft, condemnation of idleness	1142
Beliefs, belief in higher powers	2540
The Fear of God, the Punishment for Sins	956
Belief in the unusual, miracles, omens, fortune-telling	788

Table 1, ending

Orthodox faith	523
'Universality', awareness of one's place in the Universe, subordination to the elements	273
Virtues-vices	13 348
Good-will, condemnation of evil, sins, vices (drunkenness, debauchery, gambling)	1895
Mutual aid, hospitality, hospitality	1611
Hope for happiness, patience for suffering	1531
Respect for intelligence, intelligence, condemnation of stupidity	1102
Striving for essence, the use of essential concepts and contrasts in the language	1099
Thrift, thrift, moderation, condemnation of extravagance, greed	863
Striving for learning, sciences, enlightenment	744
Courage, courage, perseverance, condemnation of cowardice	654
Friendliness	553
Love of life, Christian attitude to death, condemnation of murder	476
Respect for righteous authority	421
Creativity, concentration, non-fussy	400
Peacefulness, condemnation of aggression, but readiness to defend a just cause	299
Sense of proportion	299
Dobrozdorovye	235
Humility as opposed to pride, meekness	222
The ability to have fun, humor, joke	207
Dynamism, movement, road	187
Caution	178
Neatness, condemnation of external ostentation	175
Law-abidingness, trial, condemnation of crimes and covetousness	110
Honor as a value	87

Source: compiled by Luiza G. Svitich.

Удивительно логично расположились на основе частотного анализа основные характеристики и ценности русского народа: сначала общинности, причем от самых близких – семьи и через род к Родине; затем – труда и его плодов, уважение ремесла, трудолюбия, земли-кормилицы; третий блок – православная вера и восходящие к язычеству верования, традиции и праздники которых как бы сплывались с православными. По степени частотности самое значительное место (более 15 тысяч пословиц) занимает четвертый блок, где зафиксированы нравственные ценности или, если говорить в терминах В.И. Даля, «добродетели и пороки». При этом, часто они сопоставлены в одной пословице: *Лихо помнится, а добро век не забудется; Мудрость змеина, незлобивость голубина; Смелым бог владеет, а пьяным черт качает.*

В категории «добродетели – пороки» на первых местах утверждение добрых качеств: гостеприимство, хлебосольство, трудолюбие, надежда на счастье, способность терпеть и по-православному относиться к страданиям, стремление к познанию, бережливость, мужество, дружелюбие, жизнелюбие, миролюбие (при готовности защищать правое дело). Особо следует сказать о важности и частотности творческих, креативных характеристик, динамизма, стремления к обновлению. Противоположные добродетелям пороки народным метким словом осуждаются – пьянство, беспутство, блуд, лень, нечестность, ложь, жадность, несправедливость, трусость, жестокость, гордыня.

На основе ценностей, выявленных в ходе частотного анализа пословиц и поговорок В.И. Даля, составлен кодификатор и проведен клип-контент-

анализ. Всего проанализировано 10 277 фрагментов наиболее популярных телеканалов (табл. 2).

Таблица 2

Динамика объема анализируемого контента и охвата телеканалов

Время исследования	Число фрагментов	Каналы	Число каналов
2002, январь	1304	ОРТ, РТР, ТВЦ, НТВ, «Культура», РенТВ, ТВ-6, ЕвроНьюс	8
2008, март	1304	ОРТ, РТР, ТВЦ, НТВ, «Культура», РенТВ, ЕвроНьюс, «Звезда», «Домашний», СТС, МузТВ, ТНТ, ДТВ	13
2013, февраль	1304	ОРТ, Р-1, ТВЦ, НТВ, «Культура», РенТВ, ЕвроНьюс, «Звезда», «Домашний», СТС, ТНТ, Р-2, Р-24	13
2018, февраль	1304	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	2041 (2394 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
2025, январь	2433 (2667 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	9690 (10 277 с контекстными ценностями)		

Источник: составлено Л.Г. Свитич.

Table 2

Dynamics of analyzed content volume and TV channel coverage

Research Time	Number of Fragments	Channels	Number of channels
2002, January	1304	ORT, RTR, TVC, NTV, Kultura, RenTV, TV-6, EuroNews	8
2008, March	1304	ORT, RTR, TVC, NTV, Kultura, RenTV, EuroNews, Zvezda, Domashniy, STS, MuzTV, TNT, DTV	13
2013, February	1304	ORT, R-1, TVC, NTV, Kultura, RenTV, EuroNews, Zvezda, Domashniy, STS, TNT, R-2, R-24	13
2018, February	1304	Channel One, Russia-1, NTV, Channel Five, TNT, RenTV, STS, TVCenter, Domashniy, TV-3, Zvezda, Russia-24 Russia-Culture, MIR, OTR, Spas	16
2023, January	2041 (2394 with contextual values)	Channel One, Russia-1, NTV, Channel Five, TNT, RenTV, STS, TVCenter, Domashniy, TV-3, Zvezda, Russia-24 Russia-Culture, MIR, OTR, Spas	16
2025, January	2433 (2667 with contextual values)	Channel One, Russia-1, NTV, Channel Five, TNT, RenTV, STS, TVCenter, Domashniy, TV-3, Zvezda, Russia-24 Rossiya Kultura, MIR, OTR, Spas	16
Altogether	9690 (10 277 with contextual values)		

Source: compiled by Luiza G. Svitich.

Методика клип-контент-анализа состоит в том, что в течение 7 дней по специальному графику в различные временные отрезки по 20 минут с 8.00 до 24.00 ведется последовательное переключение выбранных каналов и фиксируются фрагменты всех подряд передач, включая новостные, фильмы, рекламу и т.п. Фрагмент удерживается в поле внимания до тех пор, пока не будет понята суть доминирующей ценности, затем кнопка переключается на следующий канал, как это часто бывает и в нашей практике телесмотрения: мы сканируем каналы, пока что-то не остановит внимание. Кодификатор построен по дихотомическому принципу, как строились и многие народные пословицы. Продемонстрируем это на замере 2008 г. (табл. 3).

Таблица 3

Традиционные позитивные характеристики и ценности – негативные характеристики и антиценности в 2008 г., полный список в абсолютных цифрах

Традиционные характеристики и ценности русского народа 2002 г.*	Число фрагментов		Негативные характеристики, антиценности ⁶⁾
	позитивных	негативных	
1	2	3	4
Жизнелюбие, оптимизм, юмор	81	19	Пессимизм, обреченность, мрачность
Стремление к порядку, правосудие	81	19	Разрушительство, анархия, хаос
Стремление к красоте	58	48	Дисгармония, уродство
Творческое отношение к жизни	56		Рутинность, шаблонность
Уважительное отношение к семье, нормальное детство	38	20	Раздоры в семье, разрушение семьи, исковерканное детство
Выживаемость, здоровье	35	9	Обреченность, болезни
Инициативность, активность	35	1	Пассивность, инертность, застой
Органическая связь с природой	35	–	Разрушение природы
Патриотизм, любовь к Отечеству, почитание предков, традиции	33	1	Безродность, антипатриотизм, историческое беспамятство
Человеколюбие, любовь к ближнему	32	3	Человеконенавистничество, эгоизм
Стремление к познанию	28	–	Леность ума, нелюбознательность
Свободолюбие, мужество	26	4	Рабская покорность, трусость
Душевность, сердечность	25	7	Бездушие, черствость, бессердечие
Целомудрие в отношении полов до свадьбы, любовь и верность	24	56	Блуд, прелюбодеяние, порок, ранние половые связи, аномальные отношения
Православная духовность	23	44	Безбожие, оккультизм, культ колдунов
Созидательность, производство материальных ценностей	20	80	Превалирование потребительства, потребительская психология
Милосердие, прощение, терпимость	18	44	Безжалостность, нетерпимость
Соборность, общинность, народоправие	17	3	Разъединенность, индивидуализм
Миролюбие, дружелюбие	16	110	Агрессивность, жестокость, убийство
Трудолюбие	13	–	Леность, безделье
Нестязательство, щедрость	11	60	Стязательство, жадность
Добротолюбие, исповедование добра	11	2	Злоделие, поклонение злу
Правдолюбие, справедливость	9	2	Ложь, клевета, несправедливость
Нравственность	8	3	Безнравственность, аморализм
Бережливость, запасливость	7	3	Расточительность, мотовство
Совестность, совесть, честность	5	12	Бессовестность, нечестность
Смирение, кротость, долготерпение	3	6	Гордыня, зависть
Итого	748	556	

* Примечание: ранжировано по колонке 2.

Источник: составлено Л.Г. Свитич.

⁶ В 2023 г. для негативных ценностей нам пришлось ввести понятие «контекстные антиценности», когда они назойливо демонстрируются несколько раз в течение одной передачи в качестве фоновых в отдельном телеокне и не комментируются журналистом. Например, непристойное поведение ЛГБТ, агрессия и разрушение украинскими нацистами мирных сёл (в политических шоу России 1). Такие сюжеты редакцией и журналистами осуждаются, но эту оценку аудитория, порой, не слышит, потому что часто переключает каналы.

Table 3

Traditional positive characteristics and values – negative characteristics and anti-values in 2008, full list in absolute numbers

Traditional Characteristics and Values of the Russian People 2002*	The number of fragments		Negative characteristics, anti-values ⁷
	positive	negative	
1	2	3	4
Love of life, optimism, humor	81	19	Pessimism, doom, gloom
The desire for order, justice	81	19	Destructiveness, anarchy, chaos
Striving for beauty	58	48	Disharmony, ugliness
Creative attitude to life	56	–	Routine, stereotyped
Respectful attitude to the family, a normal childhood	38	20	Discord in the family, family disintegration, distorted childhood
Survival, health	35	9	Doom, diseases
Initiative, activity	35	1	Passivity, inertia, stagnation
Organic connection with nature	35	–	Destruction of nature
Patriotism, love for the fatherland, reverence for ancestors, traditions	33	1	Rootlessness, anti-patriotism, historical forgetfulness
Philanthropy, love for one's neighbor	32	3	Misanthropy, selfishness
Desire for knowledge	28	–	Laziness of mind, lack of curiosity
Love of freedom, courage	26	4	Slavish obedience, cowardice
Sincerity, cordiality	25	7	Callousness, callousness, heartlessness
Chastity in relation to the sexes before marriage, love and fidelity	24	56	Fornication, adultery, vice, early sexual relations, abnormal relationships
Orthodox Spirituality	23	44	Atheism, occultism, the cult of sorcerers
Creativity, production of material values	20	80	Prevalence of consumerism, consumer psychology
Mercy, forgiveness, tolerance	18	44	Ruthlessness, intolerance
Conciliarity, community, democracy	17	3	Disunity, fragmentation, individualism
Peacefulness, friendliness	16	110	Aggressiveness, cruelty, murder
Industry	13	–	Laziness, idleness
Non-acquisitiveness, generosity	11	60	Acquisitiveness, greed
Philokalia, Confession of Goodness	11	2	Wickedness, worship of evil
Love of truth, justice	9	2	Lies, slander, injustice
Morality	8	3	Immorality, amoralism
Thrift, thrift	7	3	Extravagance, extravagance
Conscience, conscience, honesty	5	12	Unscrupulousness, dishonesty
Humility, meekness, long-suffering	3	6	Pride, envy
Total	748	556	

* Note: ranked by 2rd column.

Source: compiled by Luiza G. Svitich.

Для более четкого выяснения акцентной динамики по годам мы несколько сократили базовый кодификатор, укрупнив отдельные признаки в табл. 4, 5⁸.

⁷ But in 2023, we had to introduce another concept of 'contextual anti-values' for negative values, when they are annoyingly demonstrated sometimes several times during one program as background in a separate TV window and are not commented on by a journalist: for example, the obscene behavior of LGBT people, aggression and the destruction of peaceful villages by Ukrainian Nazis (in political shows in Russia I). Such stories are condemned by the editors and journalists. But the audience does not perceive this assessment, because they often switch channels.

⁸ Созидательность + трудолюбие = созидательность, трудолюбие; правдолюбие + честность = правдолюбие, честность; человеколюбие + милосердие + сердечность = человеколюбие, милосердие. Соответствующие изменения отражены и в таблицах по антиценностям.

Результаты и обсуждение

Проанализируем сначала динамику **позитивных ценностей** (табл. 4).

Таблица 4

**Традиционные позитивные характеристики и ценности русского народа,
% к числу закодированных ценностей**

Традиционные позитивные характеристики и ценности русского народа*	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, самодеятельность	4,7	4,3	5,3	7,1	7,0	5,7
Стремление к порядку, правосудие	7,1	6,2	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
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
Добротолубие, 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, заправливость	0,07	0,5	1,1	0,8	0,2	0,5
Итого: абс. %	753	748	817	961	1716	2025
	57,7	57,4	62,6	73,7	84,0	83,2

*Примечание: ранжировано по колонке 7.

Источник: составлено Л.Г. Свитич.

Table 4

**Traditional positive characteristics and values of the Russian people,
as a percentage of the number of coded values**

Traditional positive characteristics and values of the Russian people*	2002	2008	2013	2018	2023	2025
1	2	3	4	5	6	7
Philanthropy, love for one's neighbor, mercy, cordiality	3.5	5.4	3.8	6.2	8.2	7.3
Patriotism, love for the fatherland, reverence for ancestors, traditions	2.9	2.5	4.9	5.8	7.4	7.3
Love of truth, justice, honesty	4.0	1.1	3.8	4.7	6.8	6.7
Survival, health	2.5	2.9	3.1	3.1	2.8	6.6
Creative attitude to life, self-activity	4.7	4.3	5.3	7.1	7.0	5.7
The desire for order, justice	7.1	6.2	7.3	8.4	5.7	5.6
Love of freedom, courage	2.5	2.0	1.9	2.9	3.7	5.4
Love of life, optimism, humor	4.5	6.2	5.8	4.8	4.3	4.5
Creativity, hard work	1.8	2.5	2.8	3.9	5.1	4.3
Initiative, dynamism, competitiveness	2.8	2.9	3.8	3.1	3.8	4.2

Table 4, ending

1	2	3	4	5	6	7
Curiosity, desire for knowledge	2.6	2.1	3.1	4.6	5.8	3.6
Peacefulness, friendliness	2.0	1.2	1.9	2.2	1.9	2.6
Love, loyalty	3.9	1.8	1.9	2.9	2.7	2.5
Respectful attitude, harmony in the family	2.3	2.9	2.3	3.1	2.1	2.5
Striving for beauty	1.6	4.4	3.3	2.8	2.0	2.4
Orthodox Spirituality	2.3	1.8	0.8	2.1	2.7	2.3
Sobornost, communality, democracy	1.0	1.3	1.6	1.8	1.5	2.1
Philokalia, Confession of Goodness	2.9	0.8	1.2	1.1	4.4	1.9
Organic connection with nature	1.5	2.9	0.8	1.5	1.2	1.8
Morality	1.8	0.6	1.0	1.2	2.9	1.3
Longsuffering, humility, meekness	–	0.2	0.3	0.6	0.6	0.9
Generosity, non-acquisitiveness	0.04	0.8	0.2	0.3	0.7	0.7
Thrift, thrift	0.07	0.5	1.1	0.8	0.2	0.5
Total: abs. %	753 57.7	748 57.4	817 62.6	961 73.7	1716 84.0	2025 83.2

* Note: ranked by 7th column.

Source: compiled by Luiza G. Svitich.

Обозначим основные тенденции изменения позитивного ценностного телеполя.

Есть базовые ценности, которые остаются важными в любые периоды. Это человеколюбие и патриотизм, стремление к порядку и безопасности, жизнелюбие, творческое отношение к миру, стремление к справедливости, правдолюбию, любознательность, инициативность, активность, жизнеспособность, жизнестойкость, стремление к красоте.

Если говорить о соотношении разных типов ценностей, то от укрепления психологического равновесия после сложных условий начала века, связанного с хаотизмом и расчленением страны, упадком нравственности, на первых этапах была высока ценность психологической безопасности, которые постепенно превращались в ценности организации и порядка, затем получили импульс технологического и созидательного развития во всех сферах, укрепления нравственных и духовных начал, человеколюбия, милосердия, помощи близким, что особенно проявилось с началом СВО, когда патриотизм и следование отечественным ценностям стало доминирующей парадигмой страны и основных федеральных каналов телевидения, особенно государственных.

Анализируя динамику негативных ценностей, или антиценностей, нужно сказать о главной тенденции: все годы первое место в этом списке занимала потребительская психология, чрезмерное продвижение потребительства, агрессивное его навязывание, особенно в рекламных текстах (табл. 5).

Таблица 5

**Негативные характеристики, антиценности,
% к числу закодированных ценностей**

Негативные характеристики и антиценности*	2002	2008	2013	2018	2023	2025
1	2	3	4	5	6	7
Превалирование потребительства, потребительская психология, безделие	8,6	6,1	10,5	6,0	6,2	3,7
Агрессивность, жестокость, убийство	7,0	8,4	5,3	2,8	1,6	0,9
Человеконенавистничество, безжалостность, нетерпимость, бездушие, эгоизм	6,7	4,0	1,9	2,6	1,9	2,1

Окончание табл. 5

1	2	3	4	5	6	7
Стяжательство, жадность	4,6	3,8	1,2	0,4	0,05	0,7
Пессимизм, обреченность, мрачность	3,6	1,4	1,1	0,8	0,9	1,0
Распутство, порок, ранние половые связи, аномальные отношения	2,3	4,3	2,8	1,7	0,5	0,3
Разрушительство, анархия, хаос	1,8	1,4	2,4	0,5	0,3	0,5
Раздоры и конфликты в семье, разрушение семьи, исковерканное детство	1,6	1,5	3,1	3,0	1,9	1,9
Разъединенность, индивидуализм	1,6	0,2	0,8	1,6	0,1	0,4
Обреченность, болезни	1,5	0,7	1,0	0,3	0,1	–
Ложь, клевета, несправедливость	0,9	1,0	0,8	0,2	0,3	0,1
Злоделие, поклонение злу	0,6	0,1	0,4	0,07	–	–
Оккультизм, культ ведьм, колдунов и пр.	0,4	3,3	2,2	1,9	1,1	1,6
Безнравственность, аморализм	0,4	0,2	0,3	0,3	0,2	0,5
Рабская безропотность, покорность, трусость	0,2	0,3	0,07	0,3	–	0,04
Безродность. историческое беспамятство	0,1	0,07	0,1	0,1	0,05	0,1
Дисгармония, уродство, несообразность	–	3,6	1,8	2,2	1,0	0,9
Гордыня, зависть	–	0,4	0,1	0,2	–	0,7
Расточительность, мотовство	–	0,2	0,8	0,3	–	0,4
Разрушение природы	–	–	0,07	–	0,2	0,08
Рутинность, шаблонность	–	–	–	0,07	0,05	0,08
Пассивность, инертность, застой	–	0,07	0,3	–	0,05	0,04
Леность ума, нелюбознательность	–	–	–	0,1	–	0,04
Итого: абс. %	551 42,3	556 42,6	487 37,4	343 26,3	325 16,0	408 16,8

*Примечание: ранжировано по колонке 2.

Источник: составлено Л.Г. Свитич.

Table 5

**Negative characteristics, anti-values,
as a percentage of the number of coded values**

Negative characteristics and anti-values*	2002	2008	2013	2018	2023	2025
1	2	3	4	5	6	7
Prevalence of consumerism, consumer psychology, idleness	8.6	6.1	10.5	6.0	6.2	3.7
Aggressiveness, cruelty, murder	7.0	8.4	5.3	2.8	1.6	0.9
Misanthropy, ruthlessness, intolerance, callousness, selfishness	6.7	4.0	1.9	2.6	1.9	2.1
Acquisitiveness, greed	4.6	3.8	1.2	0.4	0.05	0.7
Pessimism, doom, gloom	3.6	1.4	1.1	0.8	0.9	1.0
Debauchery, vice, early sexual relations, abnormal relationships	2.3	4.3	2.8	1.7	0.5	0.3
Destructiveness, anarchy, chaos	1.8	1.4	2.4	0.5	0.3	0.5
Discord and conflicts in the family, the destruction of the family, a distorted childhood	1.6	1.5	3.1	3.0	1.9	1.9
Disunity, individualism	1.6	0.2	0.8	1.6	0.1	0.4
Doom, diseases	1.5	0.7	1.0	0.3	0.1	–
Lies, slander, injustice	0.9	1.0	0.8	0.2	0.3	0.1
Wickedness, worship of evil	0.6	0.1	0.4	0.07	–	–
Occultism, the cult of witches, sorcerers, etc.	0.4	3.3	2.2	1.9	1.1	1.6
Immorality, amorality	0.4	0.2	0.3	0.3	0.2	0.5
Slavish resignation, obedience, cowardice	0.2	0.3	0.07	0.3	–	0.04
Rootlessness. historical forgetfulness	0.1	0.07	0.1	0.1	0.05	0.1
Disharmony, ugliness, incongruity	–	3.6	1.8	2.2	1.0	0.9
Pride, envy	–	0.4	0.1	0.2	–	0.7

Table 5, ending

1	2	3	4	5	6	7
Extravagance	–	0.2	0.8	0.3	–	0.4
Destruction of nature	–	–	0.07	–	0.2	0.08
Routine, stereotyped	–	–	–	0.07	0.05	0.08
Passivity, inertia, stagnation	–	0.07	0.3		0.05	0.04
Laziness of mind, lack of curiosity	–	–	–	0.1	–	0.04
Total: abs %	551 42.3	556 42.6	487 37.4	343 26.3	325 16.0	408 16.8

* Note: ranked by 2nd column.

Source: compiled by Luiza G. Svitich.

В отличие от позитивных ценностей, таблицу по антиценностям ранжировали по 2002 г., началу исследования, когда они появлялись в телеконтенте чаще всего. Кроме усиленной пропаганды потребительства, приведем другие антиценностные акценты по годам.

В 2002 г. телеинформация чаще всего продуцировала агрессивность, безжалостность, безнадежность, пессимизм, безнравственность. В 2008 г. к этому списку добавились дисгармония, анархия, хаос и оккультизм, который всегда сопровождает тяжелые времена. В 2013 и 2018 гг. падение нравов аукнулось на семейных конфликтах и распаде семей, когда на 10 браков приходилось, по данным Росстата, 8 разводов. В 2023 и 2025 гг. пропаганда антиценностей сократилась до минимума, чаще всего это были контекстные сюжеты: когда во время политических шоу на 2-м канале несколько раз демонстрировали (часто без комментариев и довольно продолжительное время) парады ЛГБТ или сюжеты разрушений, связанных с провокациями ВСУ по отношению к мирным жителям на Украине.

Заключение

Таким образом, если говорить о превалирующих ценностных парадигмах основных каналов российского телевидения, можно с достоверностью утверждать, что ситуация развертывалась во времени в позитивном направлении. Охарактеризуем эти этапы.

I этап. Первое десятилетие XXI в., зафиксированное нами в 2002 и 2008 гг., еще отчетливо характеризуется амбивалентными ценностными акцентами. Сильно проявляются агрессивные и хаотические тенденции разрушающих девяностых, коммерциализации, потребительства, скандально-развлекательных передач и агрессивных проявлений телеконтента по западным образцам, падения нравственности, пессимизации и разрушительства, оживления оккультизма. Однако и в жизни, и в телеинформации уже начинают осознаваться потребности в порядке и безопасности, проявлении жизнеспособности народа и его творческих потенциалов. Эту телепарадигму можно назвать *началом ценностного перелома, осознанием необходимости выбираться из нравственного упадка и хаоса, что стало отражаться на телеэкране.*

II этап. Второе десятилетие нового века, представленное в нашей выборке 2013 и 2018 гг., время второго срока президентства В.В. Путина, когда постепенно и жизнь, и телеэкран освобождаются от тяжелого наследия разрушающих процессов. В ценностном поле телевидения повышается запрос на нравственность и созидательность, что порождает оптимизм и организованность с опорой на традиционные ценности русского народа. Эту телепарадигму можно назвать *постепенным ценностным подъемом, возвращением к традиционным базовым ценностям народа, осознанием необходимости развития страны, подъемом оптимизма и созидательности, инициативности в восстановлении различных сфер жизни общества.*

III этап. Начало третьего десятилетия нового века (2023 и 2025 гг.) связан со специальной военной операцией и резким подъемом патриотического настроения, осознания страной и народом себя сплоченной нацией, когда зримо проявились лучшие качества народа – человеколюбие, милосердие, справедливость, мужество, потребность в основных заповедях православия. В условиях пандемии и СВО резко повысились потребность в ценности жизни, выживаемости и здоровья, что особенно проявилось в телеконтенте 2025 г. Эту телепарадигму можно назвать *ценностной кульминацией, подъемом патриотического движения, человеколюбия, милосердия, единства, соборности, мужества народа и запроса на справедливость*, что отчетливо проявилось в телеконтенте последних лет.

В целом контент-анализ показал, что если в 2002 и 2008 гг. соотношение позитивных ценностей и антиценностей было одинаковым – примерно 58 и 42%, то в 2013 г. уже 63 и 38%, в 2018 – 74 и 26%, в 2023 – 84 и 16%. Почти такие же цифры в 2025 г. (с контекстными антиценностями в 2023 – 28%, а в 2025 – 24%), то есть отчетливо видна позитивная динамика. При этом заметно значительное превалирование позитивного ТВ-образа у государственных каналов, негативных позиций больше у частных.

Итак, российский телеэкран, безусловно, стал за последние годы более позитивным, патриотичным, креативным, созидательным, познавательным, милосердным, семейным, то есть приверженным базовым российским ценностям. Это дает надежду на возрождение России как суверенной, могучей, динамичной, справедливой и духовной державы.

Список литературы

- Волкова И.И., Лазутова Н.М. Экранные массмедиа и экология человека: от зачаровывания к присоединению // Вестник Оренбургского государственного университета. 2017. № 12(212). С. 106–111.
- Громыко М.М., Буганов А.В. О воззрениях русского народа. М. : Паломник, 2000. 541 с.
- Даль В.И. Пословицы русского народа : сб. в трех томах. М. : Русская книга, 1984. 637 с., 701 с., 734 с.
- Ерофеева И.Е. Темпоральная конструкция медиатекста в аспекте национальной аксиологии // Система ценностей современного общества. 2009. № 6. С. 97–101.

- Корконосенко С.Г. Проблема ценностного потенциала современной отечественной журналистики // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 1(2). С. 318–325.
- Кузнецов Я.О. Семейное и наследственное право в народных пословицах и поговорках // Журнал Министерства юстиции. 1910. № 6. С. 201–243; № 10. С. 160–199.
- Лазутина Г.В. Деонтология журналистики как сфера научного знания // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 8. С. 202–219.
- Свитич Л.Г. Динамика ценностей в российском телевизионном контенте // Экология языка и современная коммуникация : материалы международного научного симпозиума Русистика – 2018 : Экология языка и современная коммуникация. Шумен : Химера, 2018. С. 251–261.
- Свитич Л.Г. Методология и результаты исследования ценностных дихотомий в русскоязычном семантическом медиаполе : методики и результаты второго этапа исследования // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2024. № 1. С. 116–133. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_1_1_116
- Свитич Л.Г. Традиционные российские ценности на телеэкране в динамике (2002–2023 гг.) // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2023. Т. 2. № 2. С. 200–214. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2023_2_2_200
- Свитич Л.Г., Смирнова О.В. Аксиология журналистики в научном дискурсе: опыт исследований факультета журналистики МГУ // Меди@льманах. 2024. № 5. С. 20–26. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2024.2026>
- Сидоров В.А., Нигматуллина К.Р., Ильченко С.Н. Аксиология журналистики. Опыт становления новой дисциплины : монография. СПб. : СПбГУ, 2009.

References

- Gromyko, M.M., & Buganov, A.V. (2000). *About the Views of the Russian People*. Moscow: Pilgrim Publ. (In Russ.)
- Dahl, V.I. (1984). *Proverbs of the Russian people* (Vol. 1, 2, 3). Moscow: Russian Book. (In Russ.)
- Korkonosenko, S.G. (2012). The Problem of Values Potential of Modern Russian Journalism. *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod*, 1(2), 318–325. (In Russ.)
- Kuznetsov, Y.O. (1910). Family and Inheritance Law in Folk Proverbs and Sayings. *Journal of the Ministry of Justice*, (6), 201–243; (10), 160–199. (In Russ.)
- Lazutina, G.V. (2019). Deontology of Journalism as a Sphere of Scientific Knowledge. *Social and Humanitarian Knowledge*, 8, 202–219. (In Russ.)
- Sidorov, V.A., Nigmatullina, K.R., & Ilchenko, S.N. (2009). *Axiology of Journalism. Experience of Formation of a New Discipline*. Saint Petersburg University Publ. (In Russ.)
- Svitich, L.G. (2018). Dynamics of Values in Russian Television Content. *Ecology of Language and Modern Communication. Proceedings of the International Scientific Symposium Russistics–2018: Ecology of Language and Modern Communication* (pp. 251–261). Shumen: Khimera Publ. (In Russ.)
- Svitich, L.G. (2024). Methodology and Results of the Study of Value Dichotomies in the Russian-language Semantic Media Field. Methods and results of the second stage of the study. *Vestnik of Volzhsky University named after V.N. Tatishchev*, (1), 116–133. (In Russ.) https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_1_1_116
- Svitich, L.G. (2023). Traditional Russian Values on the TV Screen in Dynamics (2002–2023). *Vestnik of Volzhsky University named after V.N. Tatishchev*, 2(2), 200–214. (In Russ.) https://doi.org/10.51965/2076-7919_2023_2_2_200

- Svitich, L.G., & Smirnova, O.V. (2024). Axiology of Journalism in the Scientific Discourse: Research Experience of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University. *Medi@lmanah*, (5), 20–26. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2024.2026>
- Yerofeeva, I.E. (2009). Temporal construction of media text in the aspect of national axiology. *Value System of Modern Society*, (6), 97–101. (In Russ.)
- Volkova, I.I., & Lazutova, N.M. (2017). Screen Mass Media and Human Ecology: From Enchantment to Accession. *Bulletin of Orenburg State University*, 2(212), 106–111. (In Russ.)

Сведения об авторе:

Свитич Луиза Григорьевна, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник кафедры цифровой журналистики, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Российская Федерация, 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1. ORCID: 0000-0003-2179-1844; SPIN-код: 3088-8993. E-mail: svitichb@yandex.ru

Bio note:

Luiza G. Svitch, Grand PhD in Philology, Leading Researcher of the Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya St, bldg 1, Moscow, 125009, Russian Federation. ORCID: 0000-0003-2179-1844; SPIN-code: 3088-8993. E-mail: svitichb@yandex.ru