

Санкт-Петербургский государственный университет

*На правах рукописи*

**НИГМАТУЛЛИНА**

**Камилла Ренатовна**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИДЕАЛОВ  
НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕЭКРАНЕ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата политических наук

Санкт-Петербург

2009

Работа выполнена на кафедре радио и телевидения факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета

**Научный консультант**

доктор философских наук, профессор  
*Виктор Александрович Сидоров*

**Официальные оппоненты**

доктор политических наук, профессор  
*Ольга Павловна Березкина*  
доктор политических наук, профессор  
*Светлана Михайловна Виноградова*

**Ведущая организация**

Белгородский государственный университет

Защита состоится «21» мая 2009 года в \_\_ часов на заседании совета Д 212.232.17 по защите кандидатских и докторских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 199004, Санкт-Петербург, В.О., 1-я линия, д. 26, факультет журналистики СПбГУ, ауд. 303.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета.

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2009 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук, доцент

Л.Г. Фещенко

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования.** Более чем за полтора десятилетия, начиная с 90-х годов XX века, российское общество существенно поляризовалось в социальном аспекте: налицо разобщенность между его членами, отсутствие единых, базовых ценностных установок. Изменилось содержание тиражируемых средствами массовой информации ценностей.

Коренные перемены произошли и со средствами массовой информации и массовой коммуникации (СМИ и МК), которые в постиндустриальном обществе становятся универсальной формой межкультурного контакта и общения личности с историческим, духовным и материальным опытом наций, поколений, государств. Вовлекая личность в информационные отношения, они предлагают определенную иерархию потребностей, формируют готовые для усвоения ценностно-смысловые, поведенческие модели и постепенно меняют аксиологическую картину социума. Однако СМИ и МК могут не только консолидировать общество, но и подрывать его социально-психологическую устойчивость путем создания и продвижения в массовое сознание негативных ценностных образцов, что является одной из тенденций настоящего времени.

Ценностное ядро общества можно охарактеризовать как доминирующую в общественном сознании группу ценностей, которые интегрируют общество или иную социальную общность в некоторое целое. Структурный резерв находится между доминированием и оппозицией, он служит той областью, где наиболее интенсивно проявляются ценностные конфликты между индивидами и социальными группами, а также внутриличностные конфликты.

Периферия включает в себя оппозиционные ценности, дифференцирующие членов данной общности на приверженцев существенно разных, подчас несовместимых ценностей и потому вызывающие острые конфликты. Наконец, в арьергарде оказываются ценности явного меньшинства, отличающегося стабильностью своих ориентаций, унаследованных от прошлых пластов культуры. Сформировать совокупность базовых ценностей, которые бы очерчивали специфику ценностного сознания населения в кризисно-реформируемом обществе, – сложная политическая задача.

Ценностный кризис неизбежен в социуме, институты которого трансфор-

мируется. Он охватывает собой все сферы жизни, в том числе и политическую. Так ценностные изменения в политическом сознании россиян, которые начались отказом от старых советских ценностей и провозглашением новых – ценностей демократии, приобрели неоднозначный, неуправляемый характер.

Процессы трансформации, происходящие в российском обществе, начались в политической сфере, но, по сути, затронули все его институты: политические, экономические, правовые, культурные. Затронули и систему СМИ, в которой особое внимание обращает на себя телевидение. Ценностный кризис в обществе затронул телевидение во всех его проявлениях: как социальный институт и профессиональное сообщество, как технологическое средство массовой информации и канал политического вещания и формирования общественного мнения.

Отмечаемые перемены в обществе, журналистике и СМИ актуализируют аксиологический анализ массмедиа и с точки зрения развития теоретического знания журналистики, и с точки зрения запросов практики.

**Основная гипотеза исследования.** Современное российское общество и его журналистика, стремясь к устойчивости, балансируют между несколькими ценностными системами. Автор предполагает, что как общество в целом, так и представители политической сферы (политики, а также журналисты, освещающие политическую проблематику) направлены к созиданию и достижению устойчивых идеалов вообще. Процесс в особенности активизируется наличием в обществе известного дисбаланса, для которого характерны:

- расхождение слова и дела, декларируемых ценностей и поступков;
- публичная апологетика ценностей и недоверие к ним на внутреннем личностном уровне;
- отсутствие в обществе однозначной интерпретации содержания декларируемых ценностей;
- расхождения в ценностных ориентациях общества и аудитории ТВ;
- неспособность общества, представителей власти и СМИ дифференцировать базовые и меняющиеся ценности современности, практика подмены одних ценностей другими.

Гипотеза также включает в себя положение о существовании реальных и мнимых идеалов, истинных и искусственных ценностей, качественных и типовых процессов формирования ценностной базы, аксиологической функции интегративной и дезинтегративной.

В гипотезе подчеркивается, что первичными по отношению к ценностным изменениям в политическом дискурсе являются перемены экономические и структурно-государственные. Тем не менее, без выявления ценностной динамики социально-экономические и духовные трансформации не могут адекватно оцениваться обществом, поскольку маркеры, очерчивающие грани перемен, лежат в плоскости аксиологической.

Телевидение, являясь мощным инструментом ценностного ориентирования, транслирует и генерирует политические ценности одновременно. В то же время, идеалы самих журналистов, занятых в сфере политической информации, или героев политических телепрограмм не всегда соответствуют той картине, которая складывается в сознании аудитории после телепросмотра. Ожидания общества и телевизионное предложение часто связаны искусственными нитями, что показывают данные социологических исследований. Следовательно, практика подсказывает необходимость направить журналистику по пути аксиологической ответственности перед собой и аудиторией, что дает право говорить о самой журналистике как ценности.

**Степень научной разработанности темы.** Политические идеалы общества в настоящее время являются важным объектом социогуманитарных исследований, актуализируясь в наиболее кризисные моменты политической жизни. Их изучение носит междисциплинарный характер: теме политических идеалов посвящены работы из области политологии, политической философии, психологии, социологии, антропологии, культурологии, аксиологии.

Теоретический фундамент изучения политических ценностей был заложен в трудах философов и социологов конца XIX – начала XX веков. Аксиологический подход в философской литературе представлен Г. Лотце, выдвинувшего на первый план понятие ценностей в логике и метафизике. Дальнейшие разработки связаны с именами

представителей Баденской школы неокантианцев – В. Виндельбанда и Г. Риккерта<sup>1</sup>. Социологическая традиция трактовки общественно-политического сознания идет от М. Вебера и Т. Парсонса<sup>2</sup>. В зарубежной литературе проблема ценностей и её связь с социальными представлениями, политическим поведением разрабатывались Г. Олпортом, Г. Хофстедом и др.<sup>3</sup>. Фундаментальные идеи относительно содержания, структуры, формирования социальных ценностей сформулированы в исследованиях Г. Олпорта, А. Маслоу и С. Морриса<sup>4</sup>. В отечественной литературе укажем на философские труды, относящиеся как к советскому, так и постсоветскому периоду – работы В. А. Василенко, В. П. Тугаринова, М. С. Кагана, Н. С. Розова и др.<sup>5</sup> В социологии понятие ценности разрабатывалось А. Г. Здравомысловым и В. А. Ядовым, а в общей и социальной психологии – Д. А. Леонтьевым, И. С. Коном и др.<sup>6</sup> Отдельно выделим группу теоретических источников, содержащих описание и результаты социологических исследований, которые проводились с целью изучения ценностей современного российского общества. К ним отнесем публикации Е. И. Башкировой, Н. И. Лапина и др.<sup>7</sup>

Категория политической ценности, а также связанные с ней политологические понятия рассматривались А. В. Поповым, Е. Б. Шестопал, О. В. Поповой,

---

<sup>1</sup> Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре. М., 1998; Виндельбанд В. Философия культуры: Избранное: Пер. с нем. / РАН. ИНИОН. Лаб. теории и истории культуры. М.: ИНИОН, 1994.

<sup>2</sup> См., напр.: Вебер М. Смысл «свободы от оценки» в социологической и экономической науке // Он же. Избранные произведения. М., 1990; Парсонс Т. Система современных обществ. М., 1998; Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2000.

<sup>3</sup> Allport G. Nature of prejudice. Cambridge, MA, 1954; Hofstede G. Cultures and Organizations, London: McGraw Hill Book Company, 1991; Kluckhohn K. Mirror for man. The relation of anthropology to modern life. N.Y., 1949; Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // Политология: Хрестоматия / Сост. Б. А. Исаев, А. С. Тургаев, А. Е. Хренов. СПб., 2006; Schwartz S., Bilsky W. Toward A Universal Psychological Structure of Human Values // J. of Personality and Social Psychology. (Vol.53). 3, 1987.

<sup>4</sup> Маслоу А. Г. Дальние пределы человеческой психики. СПб., 2005; Morris C.W. Varieties of human value. – Chicago: University of Chicago Press, 1956; Олпорт Г. Личность в психологии. М., СПб., 1998.

<sup>5</sup> Дробницкий О. Г. Мир оживших предметов. Проблема ценностей и марксистская философия. М., 1967; Василенко В. А. Ценность и оценка. Автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филос. наук. Киев, 1964; Тугаринов В. П. Проблема ценностей в марксистской философии. М., 1965; Каган М. С. Философская теория ценности. СПб., 1997; Барышков В. П. Аксиология личностного бытия. М., 2005; Выжлецов Г. П. Аксиология культуры. СПб., 1996; Столович Л. Н. Красота. Добро. Истина: Очерк истории эстетической аксиологии. М., 1994, а также др. работы см. в библиографии.

<sup>6</sup> См.: Кон И. С. Социология личности. М., 1967; Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. М., 1986; Ядов В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности // Социальная психология: Хрестоматия / Сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. М., 2003; Леонтьев Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции // Вопросы философии. 1996. № 4 и др.

<sup>7</sup> Лапин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социол. исслед. 1996; Башкирова Е. И. Трансформация ценностей российского общества // Полит. исслед. 2000. № 6; Рассадина Т. А. Трансформации традиционных ценностей россиян в постперестроечный период // Социол. исслед. 2006. № 9; Бойков В. Э. Ценности и ориентиры общественного сознания россиян // Социол. исслед. 2004. № 7 и др.

В. А. Сидоровым, И. И. Кравченко и др.<sup>8</sup> Динамика и специфика бытия политических ценностей в общественном сознании и политической риторике изучалась Е. В. Поповой, Г. Г. Дилигенским, И. М. Клямкиным и др.<sup>9</sup>

Анализ существующей литературы показывает, что в российской науке есть немало интересных исследований, посвященных политическому ценностному способу отображения действительности. Это работы Д. А. Леонтьева, М. М. Назарова, Н. С. Федоркина и А. В. Чазова<sup>10</sup>. Особое внимание уделили изучению роли политического сознания и политической культуры в политическом процессе в современной России Д. В. Олышанский, В. Ф. Петренко и др.<sup>11</sup>. Проблемы формирования общенациональной идеологии рассматриваются в рамках теоретического осмысления потребности общества в идеологии и её российских модификациях в работах В. В. Ильина, С. Г. Кара-Мурзы, С. А. Панарина и других<sup>12</sup>. Непосредственно современных политических идеалов касается узкий спектр исследователей (П. Данилин,

---

<sup>8</sup> Шербинина Н. Г. Ценности, миф и лидер как символические политические формы // Проблемы политических ценностей в условиях трансформации режима: Научный ежегодник Томского МИОН – 2003 / Под ред. А. И. Шербинина. Томск, 2004; <sup>8</sup> Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М., 2000; Попов А. В., Зуева Л. А. Ценности в политике // Вестник Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2000. № 1; Шилов В. Н. Политическая аксиология. – Белгород, 2005; Попова О. В. Политическая идентификация в условиях трансформации общества. СПб., 2002; Сидоров В. А. Политическая культура журналиста // Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия / Под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2004; Вятр Е. Социология политических отношений. – М., 1979; Кравченко И. И. Политика и сознание. М., 2004; Лазебный Л. И. Политическое сознание: отражение, регуляция, ценности. М., 1997; Политическая социология. М., 2000 и др.

<sup>9</sup> Дилигенский Г. Г. «Запад» в российском общественном сознании // Запад и западные ценности в российском общественном сознании / Отв. ред. В. И. Пантин. М., 2002; Капустин Б. Г., Клямкин И. М. Либеральные ценности в сознании россиян // Полит. исслед. 1994. № 1-2; Кологривова И. В., Скочилова В. Г. Ценностное измерение идеологических позиций политических партий на постсоветском пространстве // Проблемы политических ценностей в условиях трансформации режима и др.

<sup>10</sup> Леонтьев Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции // Вопр. филос. № 4, 1996; Назаров М. М. Политические ценности и политический протест / [Ин-т социал.-полит. исслед. РАН]. М.: 1995; Федоркин Н. С. Становление гражданского общества в современной России: состояние, проблемы, факторы роста // журнал «Социология», «Второй всероссийский социологический конгресс». № 1, март 2004; Чазов А. В. Ценности как фактор формирования политических предпочтений // Политический анализ / Под ред. Г. П. Артемова. СПб., 2000.

<sup>11</sup> Абдоков С.А., Искандерян М.Ю. Политическое сознание молодежи. Ставрополь, 1999; Петренко В. Ф. Митина О. В. Семантическое пространство политических партий // «Психологический журнал», № 6, 1991; Олышанский Д. А. Феномен интеллигенции // Интеллигенция и проблемы формирования гражданского общества в России. Екатеринбург, 2000; Петренко В. Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М., 1983; Поливаева Н. П. Тип общества и политическое сознание // Вестник Московского университета, 2002, сер.18; Туманов С. В. и др. Политическое харизматическое лидерство в России: мифы и реалии // Социс. 2003, № 3; Шестопал Е. Б. Новые тенденции восприятия власти в России // Полис. 2005, № 3.

<sup>12</sup> Алексеева Т. А., Капустин Б. П. Пантин И. К. Перспективы интегративной идеологии (тезисы) // Полис. 1997. № 3; Ильин М. В. Перспективы сравнительного изучения политической модернизации // Политическая наука, 2003. №2; Кара-Мурза С. Г. Антисоветский проект. М., 2002; Панарин А. С. Философия политики. Учебное пособие. М., 1994.

В. Я. Гельман, В. П. Макаренко и др.<sup>13</sup>). Таким образом, анализ степени разработанности проблемы политических ценностей показывает, что создана определенная теоретическая, методологическая и практическая база для её исследования.

Природа телевидения как стержневого для современной культурной ситуации явления и темы «массовой культуры» анализировалась М. Маклюэном, Ж. Бодрийяром, П. Бурдьё и др.<sup>14</sup> Политические, коммуникационные, социокультурные, структурно-организационные и творческо-профессиональные аспекты функционирования телевидения и бытия телевизионной журналистики рассматривались А. Г. Качкаевой, Г. В. Кузнецовым, Р. А. Борецким и др.<sup>15</sup>

Вопросы, связанные со становлением информационного общества, общества знаний, были очерчены в многочисленных западных и российских публикациях<sup>16</sup>. Организационные, структурные, содержательные проблемы современных отечественных аудиовизуальных СМИ представлены во многих комплексных исследованиях<sup>17</sup>, историографических трудах<sup>18</sup>, научных работах по

---

<sup>13</sup> Гельман В.Я. Трансформация в России: политический режим и демократическая оппозиция. М.:МОНФ, 1999; Данилин П. Новая молодежная политика 2003-2005. М.: Европа, 2006; Макаренко В. П. Политическая концептология: обзор повестки дня. М.: Праксис, 2005; Глебова И.И. Политическая культура России: образы прошлого и современность. М.: Наука, 2006 и др.

<sup>14</sup> См., напр.: Hall S. Encoding and Decoding in the Television Discourse // Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79 / Ed. S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, and P. Willis. – London, 1980; Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М., 2002; Бодрийар Ж. Злой демон образов // Искусство кино. 1992. № 10 и др.

<sup>15</sup> Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2000; Телевизионная журналистика: Учебник / Ред.: Г. В.Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М., 1998; Березин В. М. Теоретико-методологический анализ телевизионной коммуникации: сущность, структура: Автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра филологич. наук. Москва, 2003; Качкаева А. Г. Трансформация российского ТВ // Средства массовой информации России / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Варганова и др.; Под ред. Я. Н. Засурского. М., 2005; Васильева Т. В., Осинский В. Г., Петров Г. Н. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат. Ч. II. СПб., 2003; Борецкий Р. А. Осторожно, телевидение! М., 2002; Бердышева Н. Ю. Телевизионная аналитика в моделировании концептуальной картины мира // Говорит и показывает кафедра радио и телевидения. Вып.2 / Под ред. С. Н. Ильченко, В. Г. Осинского, Г. Н. Петрова. СПб., 2004, а также др. работы см. в библиографии.

<sup>16</sup> Юшкявичус Г. З. Мифы и реальность информационного общества // Прогресс технологий телерадиовещания. Материалы Международного конгресса НАТ. М., 2001.; Попов В. Д. Информациология и информационная политика. М., 2001; Информационное общество. СПб.-М., 2004; Всемирный саммит по информационному обществу / Сост. Е. И. Кузьмин и В. Р. Фирсов. СПб., 2004; Журналистика в информационном обществе: новые проблемы и новые вызовы / Под ред. Т. В. Ершовой. М., 2005; Информационное общество: Информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность / Под ред. М. А. Вуса. СПб., 1999; Кривошеев М. И. К развитию глобального информационного общества // Телецентр. 2005. № 3; Коваленко И. Е. Социальные аспекты развития телекоммуникационных технологий и услуг как фактора формирования в России информационного общества (на примере Московского региона). М., 2004; Состояние исследований по проблемам информационного общества / Сост. Е. И. Кузьмин и В. Р. Фирсов. СПб., 2004; Засурский Я. Н. Глобальное информационное пространство в условиях мобильной коммуникации// Медиаскоп. 2006; Егоров В. В. На пути к информационному обществу. М., 2006 и мн. др.

<sup>17</sup> Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения. М., 1978; Борецкий Р. А. Осторожно, телевидение! М., 2002; Браццо С. Б. Особенности развития тележурналистики как процесс синтеза социальных потребностей и технических возможностей. М., 2000; Муратов С. А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. М., 2001; Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат / Под ред. Т. В. Васильевой, В. Г. Осинского, Г. Н. Петрова. Ч. 1. СПб., 2002; Саттак В. Телевидение и мы: Четыре беседы. М.,



социально-политическим<sup>19</sup>, экономическим<sup>20</sup>, коммуникативным<sup>21</sup>, культурологическим<sup>22</sup> и технологическим<sup>23</sup> аспектам функционирования телевидения.

В конце прошлого века западными специалистами были разработаны концептуальные характеристики систем общественного телевидения (Д. А. Леонарди, Э. Мицкевич и др.)<sup>24</sup>. Ряд вопросов, касающихся параметров и технологий общественного телевидения, был рассмотрен в соответствующих разделах работ отечественных исследователей А. Г. Качкаевой, Е. Л. Вартановой<sup>25</sup>, в социально-правовом исследовании М. А. Федотова<sup>26</sup>, а также в коллективных монографиях<sup>27</sup>.

---

1988; Саруханов В. А. Албука телевидения. М., 2002; Симонов А.К. Конец праздника непослушания. М., 2004; Телевизионная журналистика. 5-е изд. / Редкол.: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М., 2005; Телерадиоэфир: История и современность / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 2005; Цвик В. Л. Телевидение: История, теория, практика. М., 2004 и мн. др.

<sup>18</sup> Кацев И. Г. История российского телевидения (1907-2000). М., 2004; Колесниченко О. Я. Телевидение: ступени роста. (Зарождение и развитие). Краснодар, 2003; Парсаданова Т. Н. Российское телевидение. История и современность. М., 2002 и др.

<sup>19</sup> Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002; Дзялошинский И. М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества. М., 2001; Егоров В. В. Телевидение и власть. М., 1997; Прайс М. Э. Масс-медиа и государственный суверенитет. М., 2004; Он же. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность. М., 2000; Шилова В. А. Телевидение в системе социального управления. М., 2000; Коновченко С. В., Киселёв А. Г. Информационная политика В России. М., 2004 и др.

<sup>20</sup> Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.; Гуревич С.М. Экономика средств массовой информации. М., 1999.

<sup>21</sup> Бакулев Г. П. Основные концепции массовой коммуникации. М., 2002; Он же. Конвергенция медиа и журналистика. М., 2002; Кривошеев М. И., Федунин В. Г. Интерактивное телевидение. М., 2000; Поберезникова Е. В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения. М., 2004; Попов В. Д. Социальная информатология – наука XXI века. М., 2004; Тавокин Е. П. Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России. М., 2005; Дугин Е. Я. Создание смыслов в электронную эру. М., 2005; Ильченко С. Н., Окнер О. А. Телевидение в эпоху Интернета. СПб., 2005 и др.

<sup>22</sup> Бережная М. А. Социальная тележурналистика. СПб., 2005; Герасимова С. А. Телевидение как средство формирования культурных ценностей личности. СПб., 2000; Сапунов Б. М. Телевидение и культура. М., 1988; Телевидение в учебном процессе. Л., 1981 и др.

<sup>23</sup> Дмитриев А. Я., Попантонопуло В. Н. Телевидение и информатизация общества. Новосибирск, 1994; Калинин А. Перспективы телевидения в обществе вездесущих сетей // Broadcasting. 2005. № 4; Косарский Ю. С. Кабельное и спутниковое телевидение. СПб., 2003; Крюков С. Внедрение мультисервисных сетей в телевизионных компаниях // Прогресс технологий телевидения. М., 2004; Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета. М., 2005; Пескин А. Е., Труфанов В. Ф. Мировое вещательное телевидение. Стандарты и системы. М., 2004; Телекоммуникационные системы и сети. Т. 2. Радиосвязь, радиовещание, телевидение. М., 2004; Телевидение. 3-е изд. / Под ред. В. И. Джакония. М., 2003; Кривошеев М. И., Международная стандартизация цифрового телевизионного вещания. М., 2006

<sup>24</sup> Леонарди Д. А. Лицензирование вещателей в 15 странах-участниках Европейского союза // Перспективы лицензирования телерадиовещания в России: правовой аспект. М., 2004; Мицкевич Э., Файрстоун Ч. Телевидение и выборы. М., 1996; Энтман Р., Рид Д., Мицкевич Э., Файрстоун Ч. Телевидение радио и приватизация: Вопросы собственности, рекламы и программной политики в меняющемся рынке средств массовой информации. М., 1998 и др.

<sup>25</sup> Вартанова Е. Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М., 1997; Качкаева А. Г. Телевидение в социальном развитии региона. М., 1990; Коренчук К. Е. Эволюция французской модели телевидения на пороге XXI века (статус, формы собственности, параметры позиционирования). М., 2004.

<sup>26</sup> Федотов М. А. Закон об общественном телерадиовещании: Каким ему быть? Мнение ученых. М., 2005.

<sup>27</sup> Общественное телерадиовещание. СПб., 2000; Энциклопедия общественного телевидения. М., 2005.

При этом в научной базе нет единого комплексного исследования зависимости трансформации журналистики и общества от смены политических идеалов власти, общества и журналистов.

Актуальность темы диссертационного исследования и степень ее научной разработанности определили цель и задачи настоящей работы.

**Цель исследования.** Основной целью диссертации является описание и структурный анализ трансформации политических идеалов и ценностно-политического содержания информационно-аналитического вещания в практике российского телеэфира.

В соответствии с целью исследования решались задачи:

- проанализировать теоретический статус понятий «политический идеал» и «политическая ценность»;
- определить специфику аксиологического анализа журналистики как метода исследования, адекватного цели настоящей диссертации;
- раскрыть особенности бытия политических ценностей в контексте современной российской социально-политической реальности;
- рассмотреть специфику телевидения как средства генерирования и транслирования политических ценностей;
- описать характер становления и бытия политической картины мира посредством телевидения как канала СМК;
- проследить основные тенденции в существовании и трансформации политических идеалов на телеэкране.

**Объект исследования** – информационно-аналитические программы в вещательной сетке отечественных телевизионных каналов.

**Предмет исследования** – основные тенденции и механизмы трансформации ценностных ориентаций российского общества на телевидении.

**Теоретической базой исследования** стали труды отечественных и зарубежных ученых по политологии и вопросам политического функционирования СМИ (А. С. Панарин, В. П. Макаренко, и др.), социологии и психологии СМИ (Э. Гидденс, Г. П. Артемов и др.), теории ценностей и проблеме бытия ценно-

стей в политике (М. Вебер, М. С. Каган, В. Д. Виноградов и др.), теории коммуникации и особенностям функционирования телевидения (Н. Луман, Д. Рашкофф, Н. Б. Кириллова, Г. Г. Почепцов и др.), а также отдельные произведения ведущих российских публицистов и медиакритиков.

**Методы исследования.** Работа создавалась в рамках комплексного междисциплинарного подхода. В исследовании диссертант опирался на принципы детерминизма, объективности, историзма, системного подхода, структурно-функционального анализа. При изучении проблемы трансформации политических идеалов и телевизионной журналистики, а также при раскрытии темы особенностей бытия политических ценностей в современном обществе диссертантом применялись политологический, социально-психологический, социологический и культурологический подходы.

Методы хронологического анализа, классификации и периодизации имеющихся теоретических источников использовались при рассмотрении вопроса о генезисе понятий «политический идеал» и «политическая ценность» и научных представлений о них.

В исследовании применена совокупность социологических методов, основанных на наблюдении и анализе документов. Метод контент-анализа применялся при изучении вещательных сетей телеканалов «Первый канал», «НТВ», «Россия». Социокоммуникативный метод включает в себя совокупность различных аспектов (аксиологического, политического, социологического, социально-психологического) научного исследования явлений, имеющих информационно-коммуникативную природу. В работе использованы методы количественного и качественного исследования, а также методы сравнения и статистического анализа.

**Эмпирической базой** исследования послужили:

- программное содержание телевизионных каналов «Первый», НТВ, «Россия» в период с 2003 по 2008 г. (все выпуски программ «Времена» и «К барьеру!» до осени 2008 г.); информационно-политическое вещание федеральных каналов за этот же период (отдельные новостные выпуски тех же годов, «Прямая линия с Владимиром Путиным» – все передачи);
- результаты отечественных социологических исследований последних лет,

посвященных изучению ценностей современного социума (всероссийские опросы общественного мнения – ВЦИОМ, данные Фонда общественного мнения и др.), идеалов политических лидеров (содержание предвыборных программ), политических потребностей телеаудитории, а также данные рейтингов телепередач, публикуемых на специализированных сайтах (TNS Gallup, ROMIR и др.);

- произведения российских публицистов и медиакритиков, посвященные политическому телевидению, а также наиболее актуальным проблемам современной журналистики и политической жизни («Русский журнал», «Отечественные записки» и другие интернет-издания);
- выступления и интервью политических деятелей, государственных лиц и ведущих российских медиадеятелей, публикуемые в периодической печати и на тематических сайтах в Интернет («Новая газета», «Известия», «Труд», Newsru.com, 1tv.ru, medvedev-da.ru и др.).

**Научная новизна** диссертации заключается в том, что в ней впервые проанализированы механизмы трансформации политических идеалов на телевидении в условиях системных преобразований жизнедеятельности российского общества; апробированы отдельные теоретические предпосылки аксиологии журналистики – во-первых, метод «отнесения к ценности» применен при анализе произведений тележурналистики, во-вторых, при изучении политического телеэфира предпринято составление ценностной шкалы, в-третьих, политические идеалы журналистов проанализированы по отношению к ожиданиям аудитории. Таким образом, аксиология журналистики выступила в качестве инструмента исследования и в соответствии с теоретическим положением, разработанным диссертантом в соавторстве с профессором В. А. Сидоровым и аспирантом С. С. Ильченко, определяется в качестве научной дисциплины, изучающей журналистику как источник и ретранслятор ценностей общества во всем их предметно-смысловом многообразии, а также собственно журналистику как социальную ценность, исследующей принципы и способы освоения журналистами социокультурных ценностей, эффективность и методы их репрезентации аудитории СМИ<sup>28</sup>.

В научный оборот введены новые понятия – «синтетическая ценность», аксиоло-

---

<sup>28</sup> См.: Сидоров В. А., Ильченко С. С., Нигматуллина К. Р. Аксиология журналистики: опыт становления новой научной дисциплины / Под общ. редакцией В. А. Сидорова. СПб., 2009.

гические «константы» и «переменные»; в соответствии с «карнавализованной» картиной мира описано политическое отчуждение индивида в условиях общественной трансформации. Выявлена и проанализирована аксиологическая дисфункция «потребления ценностей». Кроме того, за исследуемый период изучены структурно-организационные, парадигмальные и жанровые трансформации отечественной телевизионной журналистики.

Также в научный оборот введена тема идеалотворчества в сфере политической коммуникации, отражены основные условия данного процесса и методологические основания его обнаружения. Политическая коммуникация рассмотрена в парадигме ее функционирования в меняющемся обществе, что позволило экстраполировать умозрительные конструкции на идейную структуру практики телевидения.

**Научно-практическая значимость диссертации** заключается в разработке теоретико-методологического базиса политологического анализа идеалов и ценностей в структуре информационно-аналитического телевидения. Основные положения исследования и выводы, сделанные в нем, могут быть использованы широким кругом специалистов, занимающихся изучением политической транзитологии и социально-политического функционирования СМИ: культурологами, социологами, психологами, специалистами в области различных разделов теории журналистики. Диссертация будет также полезной для журналистов, специализирующихся на информационно-аналитическом и политико-публицистическом телевидении.

#### **Основные положения, выносимые на защиту.**

1. В периоды общественно-политических трансформаций и соответствующих им условий ценностной неустойчивости особую роль в стабилизации ценностного самосознания выполняют СМИ, и прежде всего – телевидение, предлагая новые политические идеалы, заполняющие образующийся в обществе идеологический вакуум, и новые ценности-средства для их достижений.
2. В ценностном основании общественного сознания наряду с аксиологическими «константами» также выделяются аксиологические «переменные», связанные, прежде всего, с политической конъюнктурой и служащие частным опера-

тивным интересам. Такие ценности мы называем «синтетическими», а их роль в политическом коммуникативном процессе – аксиологической дисфункцией.

3. Динамика политических идеалов на телеэкране протекает в ускоренном, по сравнению с реальностью, времени и обладает определенной спецификой – в процесс формирования идеалов включаются и журналисты, и производители телевизионного продукта, и политические акторы. Процесс является одновременно как сиюминутным, так и долгосрочным.

**Апробация темы.** Основные положения и выводы диссертационного исследования были апробированы в докладах и выступлениях на научных конференциях и семинарах: в ходе работы секции «Журналистика в мире политики» ежегодных Дней Петербургской философии (философский ф-т СПбГУ, 2006, 2007, 2008 гг.), на научно-практическом семинаре «Журналистика и мир» (ф-т журналистики СПбГУ, 2006, 2007 гг.), научно-практической конференции «СМИ и культура политического взаимодействия в демократическом обществе» (ф-т журналистики СПбГУ, 2008 г.).

По теме исследования опубликовано 6 работ в научных журналах (включая статью в издании ВАК) и сборниках, издаваемых по итогам научно-практических конференций; в соавторстве с В. А. Сидоровым и С. С. Ильченко выпущена коллективная монография.

**Структура работы.** Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка литературы, приложения.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** раскрывается актуальность темы, анализируется степень ее научной разработанности, формулируются цели и задачи исследования, показывается научная новизна и практическая значимость работы.

**Первая глава** «Формирование ценностной базы политического и медиапространства в современной России» посвящена анализу и описанию многоуровневой ценностной системы современного общества, а также месту и роли современных СМИ в структуре ценностно-политического пространства. Глава состоит из трех разделов.

В разделе **1.1. «Смена политических идеалов как условие трансформации российского общества»** говорится о формировании политических идеалов вообще, а также об их видоизменениях в процессе социально-политических трансформаций.

Автор дает развернутое описание функционирования политических ценностей и идеалов вообще, делая исторический экскурс в возникновение науки о ценностях – аксиологии. Дается представление об общественно-политических идеалах и характере их перемен в российском обществе, выделяются два переходных периода в новейшей истории – 1989-1991 г.г. и 1999-2001 г.г.

Один из наиболее интересных аспектов любого исследования в области политических ценностей – процессы смены ценностных групп и факторы этих перемен. Автор придерживается позиции, согласно которой изменения политических ценностей проходят в условиях политического конфликта. Политический ценностный конфликт наглядно показывает имеющиеся в обществе ценности, а также отношение к ним.

Разговор о политических переменных в исследовании тесно соприкасается с темой российской политической культуры, ее характеристиках и динамике, в том числе в сравнении с западными культурными системами. В свою очередь, диалог культур обязательно включает в себя дискурс об общечеловеческих и общеевропейских христианских ценностях, чему также автором уделяется внимание в работе. Отдельного отношения и дискурса в российском обществе заслуживают ценности демократические.

Большую роль в российском политическом пространстве играют экономические процессы. Они являются двигателем трансформаций, что влечет за собой и смену идеалов. Приводятся аргументы исследователей, утверждающих прямую зависимость политической аморфности масс и экономической стабильности. Автор не имел возможности проследить последствия социально-экономических перемен, начавшихся в 2008 г. вследствие их незавершенности на момент написания работы.

В заключение делается предположение, что процессы аксиологических трансформаций в российском обществе не лишены парадоксов, хотя придержи-

ваются общеевропейского тренда. Особенности российских политических изменений кроются в ином, по сравнению с другими цивилизованными странами, осмыслении христианских, общеевропейских, общечеловеческих ценностей, природы власти и современных демократических процессов.

Один из феноменов современной политической жизни автор описывает в разделе **1.2. «Отчуждение общества от политики и синтетические ценности СМИ: фактор взаимообусловленности»**. Здесь автор рассматривает политические реалии в их взаимосвязи с журналистикой. Переход к теме СМИ и телевидения в частности как ретранслятора и генератора политических ценностей осуществляется через описание общей ценностной базы населения/аудитории, обладающих разной степенью политической активности.

Автор подчеркивает, что современному человеку иногда невозможно идентифицировать себя с определенными политическими символами прошлого и настоящего. Социологические данные, которые приводятся в работе (С. Шварц, Н. Лебедева, «Левада-центр» и др.), свидетельствуют о том, что политические взгляды не обуславливают политического поведения людей. А неверно выбранные средства на пути к достижению искомого политического идеала приводят к неожиданным результатам – потере идеала, приверженности ложным идеалам, основанным на частных корыстных интересах. Как следствие – разочарование в каком бы то ни было политическом действии вообще.

Важный постулат исследования – формирование идеалов и ценностей происходит силами ограниченных групп людей в обществе, в их числе – журналисты. Когда общество стремится к разным идеалам, оно неизбежно вступает в противоречие с самим собой. Так рождается политика двойных стандартов и ценности с двойным дном. Автор предполагает, что политическому лицемерию в определенной степени подверглись и СМИ.

Именно политическое отчуждение тормозит не только демократические преобразования, но и модернизационные процессы вообще. На почве идеологической размытости неизбежно возникает потребность в заполнении ценностного вакуума. В этот процесс включается феномен, который можно обозначить категорией «синтетических ценностей». Его содержание лежит в двух плоско-



стях. Это может быть возведенная в категорию ценности идея, не являющаяся таковой по определению. И, во-вторых, чаще всего синтетические ценности возникают как следствие наполнения известных идей новыми смыслами, не соответствующими реальности.

В качестве примеров автор прибегает к анализу содержания таких новых ценностей как толерантность, политкорректность, «борьба с терроризмом». На основе изученных примеров из журналистской практики дается промежуточный вывод: синтетические ценности декларируются тогда, когда это удобно их носителям. Отсутствие многих сдерживающих норм и снижение значимости традиционных ценностей также лежат в основе формирования индустрии синтетических ценностей.

В заключение раздела указывается на парадокс, связанный с явлением политического идеалотворчества. С одной стороны, оно стремительно и сиюминутно. С другой – процесс формирования идеалов в обществе является процессом длительным, затрагивающим множество сфер общественной жизни и политического бытия. Во время формирования идеалов часть из них отсекается, часть вливается в традиционные представления о политике, некоторые меняют сами контуры традиций.

В разделе **1.3. «Псевдореальная картина мира как результат воздействия политиков на СМИ»** анализируется продукция политического идеалотворчества, которое разворачивается в СМИ журналистами и политиками.

Псевдореальной картине мира соответствуют теории «повестки дня», «политического спектакля», а также явлений «си-эн-энизации» и «карнавализации» (по Бахтину). Цитируя и вступая в диалог с исследователями недавнего прошлого (Ги Дебор, Г. Маркузе, М. Маклюэн и др.), автор замечает, что отчуждение современного человека от политики не означает его исчезновения из политических и коммуникативных процессов вообще: люди и только люди выстраивают ценностные системы, в том числе в политике.

В работе приводится составленный автором перечень методов «карнавала» в журналистике, а также характеристики современной журналистики, сопряженной с «массовой культурой».

В исследовании подчеркивается, что вместе с политиками журналисты задают обществу новые идеалы, передают забвению старые, но так или иначе задают ту «планку» в обществе, на которую оно ориентируется в ближайшие годы или десятилетия. Без четко различаемой смены таких идеалов трансформации в обществе происходить не будут. Поскольку политический идеал и политические ценности можно назвать «духовным нервом» политики, без которого невозможно ее постижение и ее функционирование, то политическое отчуждение основывается на таких идеалах, которые ведут развитие политического сознания в тупиковую ветвь. Отсутствие идеала, кроме того, дает возможность политикам служить частным интересам, а не интересам общества, формируя «дезориентированную» картину мира, в которой, тем не менее, присутствует достаточно упорядоченный ряд ценностей и идеалов, сотворенных политиками и журналистами в едином «творческом пространстве».

Непосредственно тема идеалотворчества рассматривается во второй главе **«Идеалотворчество в сфере политической коммуникации»**. Здесь теоретические выкладки, связанные с аксиологией, политологией и журналистикой, находят новое осмысление в сфере журналистской практики, а именно – российского телевидения.

В разделе **2.1. «Аксиологические “константы” и “переменные” в современном российском политическом медиапространстве»** рассуждения по теме «констант» и «переменных» предваряется описанием механизма складывания ценностной базы конкретного этноса. Здесь же систематизируются некоторые данные социологических центров, связанные с изучением отношения общества к тем или иным политическим ценностям.

Автор предлагает разработанную им динамичную схему ценностной структуры общества – от этнического базиса до ценностей отдельного индивида. Сверху вниз этой схемы увеличивается количество ценностных колебаний в общественном сознании. Соответственно этой динамике увеличиваются возможности медиа – проникать внутрь представлений общества об идеалах, а также управлять их динамикой. Поскольку структура эта, несмотря на всю свою динамичность, имеет очень прочные связи между составляющими, ма-

лейшие колебания в ее нижних слоях могут при определенных условиях вызвать в итоге серьезный перелом в основании.

Состояние современного общества характеризуется в исследовании как «ценностный политеизм». Приводя почерпнутые из опросов политические идеалы российских граждан, автор замечает, что чаще всего они возникают в дискурсе как общественный запрос перед теми или иными выборами. Так же часто указанные идеалы становятся средством борьбы за сознание электората, то есть используются в политических спекуляциях. На примере понятия «демократия» показывается динамичность ценностного содержания политических категорий. Для определения истоков современного ценностного базиса, автор обращается к источникам формирования современной российской политической культуры.

Одной из особенностей этой политической культуры является потребность в стабильности и устойчивости ценностной базы. Именно телевизионные медиатехнологии, создавая политические стереотипы и устойчивые мифы стабилизируют эту базу в сознании аудитории, несмотря на шаткий ценностный плюрализм. Аксиология журналистики в данном аспекте выступает как шкала, которая описывает и оценивает эти явления. В заключение автор формулирует основные признаки ценностной неустойчивости в обществе.

Во втором разделе **2.2. «Устойчивость ценностной политической ориентации как потребность телевизионной аудитории»** продолжается тема исследования векторного движения от неустойчивости к определенности в ценностном самосознании людей. Для начала анализируются мотивы обращения аудитории к СМИ и телевидению в частности.

На потребность в ценностной устойчивости телевидение отвечает таким программированием политических новостей и дискуссионных передач, которое не содержит в себе какого-либо ценностного конфликта или неоднозначной трактовки политического события. В работе говорится о том, что в настоящее время проблема политического самоопределения вообще выводится из политического дискурса, в том числе с помощью телевидения.

Еще одна особенность современного политического мышления заключает-

ся в том, что устойчивая политическая ориентация часто скрывает отсутствие таковой. И это тоже один из запросов аудитории телевидения: освобождение от внутреннего конфликта индивида, от конфликта между должным и реальным, между индивидуальными ценностями и массовыми, потребность в отсутствии какого-либо выбора.

В диссертации приводятся социологические данные (ВЦИОМ), доказывающие, что с помощью телевизионных технологий в настоящее время в России формируется «общество телезрителей». Можно сказать, что нынешнее российское телевидение формирует, поддерживает, регулярно воспроизводит «цивилизацию сходства» (или общество сходных), а не «общество различных» (и не культуру различий). При этом в работе подчеркивается, что нынешний потенциал воздействия СМИ на массовое политическое сознание (общественное мнение) далеко не так мощен, как иногда представляется.

Отдельное место в разделе и исследовании в целом отводится роли государства в формировании ценностной базы общества. Особого разговора заслужили и методы мифологизации на телевидении.

В заключение делается вывод о том, что на потребность в устойчивости ценностных представлений аудитории телевидение отвечает несколькими способами: оно действительно создает устойчивую информационную картину мира, в которой позитивные ценности перемежаются суррогатными, призванными заменить как потребность в гуманистических началах вообще, так и отсутствие какой-либо ценностной базы.

Тема потребительского отношения к ценностям становится основной в разделе **2.3. «“Потребление” ценностей в политическом медиапространстве (аксиологическая дисфункция)»**. Здесь приводятся данные социологов, согласно которым в российской телеаудитории есть два типа потребления: традиционное пассивное, когда зритель лишь выбирает для просмотра программу того или иного канала, и вовлеченное активное, с участием потребителя в создании содержания (исследование Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям).

Анализируя жанровый контент ведущих телеканалов, автор констатирует

преобладание развлекательной продукции над общественно-политической. При этом профессиональные производители средств политического производства выступают как продавцы политических потребностей. Превалирование развлекательного начала в структуре потребления ценностей в политическом медиапространстве ведет к политической аксиологической дисфункции. Здесь же приводятся ее последствия. Отдельной темой выступает рассуждение о влиянии девальвации ценностей на массовую политическую культуру.

Сделав вывод о том, что идеалы, которые политики и журналисты предлагают зрителю, часто не имеют будущего, а только обозначают временные направления политического бытия общества, автор переходит к содержательному анализу политического телевидения в третьей главе **«Ценностная составляющая современного политического телевидения»**.

Раздел **3.1. «Вещание “Первого канала” и НТВ: отражение и стимулирование политических изменений в обществе»** построен не столько на сравнении политической содержательной части вещания, сколько на выявлении концептов, которые являются ценностными доминантами политического дискурса. Для этого были выбраны смысловые маркеры, относящиеся к ценностным ориентациям общества, а на основе сравнений двух программ – «Времена» и «К барьеру» – составлены таблицы, которые показывают одни и те же тенденции, проявившиеся практически параллельно на разных каналах. В исследовании проводится подробный анализ отдельных телепередач, относящихся к каждому выделенному маркеру.

В результате делается вывод-сравнение: идеалы, по версии Владимира Познера (программа «Времена» – «Первый канал»), формирует государство, при активной поддержке его идеологов, политологов, аналитиков, социологов, журналистов. Он основывается на определенном понимании и оценке исторического прошлого, на взвешенном балансе традиционных российских и либеральных ценностей, на четкой позиции по отношению к межнациональным конфликтам и внешним угрозам, на доверии общества к власти, на «поклонении» идеалам гражданского общества. Мир идеалов Владимира Соловьева (программа «К барьеру» – НТВ) более хрупок. Это мозаика, в которой оттенки

меняются стремительно, а оценки явлений зависят не только от объективных факторов, но и от личности, их высказывающей. Такой идеал представляется не долговременно нацеленным, а сиюминутным – дающим временные ориентиры обществу, чьи проблемы чаще кроются в социальной и экономической, нежели политической и идеологической плоскости. Он основан на тех же началах, что и выше описанный идеал, но менее стабильных, более подверженных критике, трансформациям и переменам.

В заключение автор отмечает, что обе передачи содействуют как отражению (прямая функция), так и стимуляции политических изменений в обществе (косвенная функция), проводя идеалы от власти к аудитории и обратно, опосредуя это движение участниками передачи, то есть интеллектуальной силой общества. Стимуляция в последние годы чаще заметна только в исторических оценках прошлого и предвыборных кампаниях, изредка – в разборе межнациональных конфликтов или информационных войн, в которых задействован имидж России на мировой арене.

В разделе **3.2. «Ценности, артикулируемые политическими лидерами: воздействие на телевизионный продукт и сетку вещания»** речь идет уже не о телепередачах, а об их героях и производителях. Постулируя антропоцентричность аксиологии журналистики, автор акцентирует внимание на человеческом факторе функционирования ценностей в журналистике. Говоря о политиках в телеэфире, определенное внимание было уделено «Прямой линии с Владимиром Путиным», которая, с одной стороны, является пропагандистской формой вещания, а с другой – становится косвенным способом транслирования ценностей и политических идеалов главы государства как личности и как высшего должностного лица. На основе содержательной части всех выпусков «Линии» была также составлена смысловая таблица, указывающая на основные характеристики ценностного заказа и запроса государственного лидера.

Пользуясь данными телерейтингов наиболее часто появляющихся на телеэкране политических лидеров, автор дает характеристику их идеологической риторики. Ценностные концепты также были обнаружены автором и оформлены в качестве приложения к диссертации. В результате стала очевидна двойст-

венная природа самого политического идеала. С одной стороны, это устойчивое понимание идеального политического будущего, наполненное ценностями конкретного общества, складывавшимися в течение веков и десятилетий. С другой – зыбкие, меняющиеся в течение нескольких лет политические смыслы и концепты, порой имеющие своей целью лишь выделить себя на фоне остальных политических сил, завоевать определенную аудиторию. Частично эти политические «переменные» накапливаются и оседают в общественном сознании, сливаясь с традиционными идеалами общества.

Практическую ценность представляют выводы раздела **3.3. «Политические идеалы журналистов и других производителей телевизионного продукта»**. Здесь объектом исследования становятся сами журналисты как трансляторы и производители ценностного и идеологического продукта. Учитывая определенные факторы, автор допускает, что выявить набор политических идеалов того или иного тележурналиста, исследуя производимую им продукцию, не всегда представляется возможным. Чаще всего эти данные можно получить косвенно, например, с помощью интервьюирования самого журналиста. Таким образом, анализировалась не только речь «в кадре», но и за ним.

Выбранные для анализа фигуры журналистов – это своеобразные маркеры времени, дающие ориентиры для молодых коллег и задающие направления формирования ориентиров в обществе, поскольку личность журналиста имеет огромное значение в аксиосфере, по природе своей антропоцентричной. Цитируя ключевые идеологемы в речи каждого из них, автор последовательно обозначал новые, динамичные ценности журналистского сознания и самосознания, которые прямо и косвенно влияют на журналистский продукт. Портреты четырех политических публицистов, не просто самых узнаваемых, но и тех, кому аудитория доверяет свои запросы и потребности в ценностной устойчивости, сменяют портреты ведущих новостных программ, так или иначе влияющих на структуру политического дискурса в этих выпусках. Анализируются конкретные случаи влияния собственных ценностно-политических представлений ведущего на освещение им политических событий.

В отдельную тему автор выделяет вопрос о партийности журналистов, а

также статусные отношения журналистики и власти. В заключение отмечается то, что политические взгляды журналиста формируют его как личность, однако не позволяют в полной мере обнажать их в профессиональной деятельности. Идеалы журналистов как профессионалов претерпели изменения в сторону качества работы, с одной стороны, и следованию рейтингам – с другой. Идеалы тележурналистов как граждан претерпели те же изменения, какие претерпело все общество в совокупности. С тем отличием, что благодаря изменению политической ориентации некоторые журналисты вовсе предпочли оставить профессию, и многие стали относиться к журналистике не как к призванию, а как к профессии. То же самое можно сказать о производителях телевизионного продукта. Обобщая, следует сказать, что в российской политической практике, если что и возникло новое, то это, прежде всего, отношение к телевизионному продукту как к рыночному товару вообще. Таким образом, ценности журналистики оказываются несовместимыми с ценностями рынка. В контексте этого противопоставления аксиология журналистики в главном утверждает ответственность журналиста перед ожиданиями аудитории, что особенно подчеркивает автор. Совокупность общественных и личных ценностей журналиста – вот область исследования, могущая и должна привлекать новых специалистов.

В *Заключении* подводятся итоги исследования, формулируются основные выводы, отмечаются проблемы, требующие дальнейшей научной разработки.



### Научные публикации автора по теме диссертации:

1. *Нигматуллина К.Р.* Отечественное ТВ: подрыв национального самосознания? // Журналистика в мире политики: гуманистическое измерение. Материалы секционного заседания конференции «Дни Петербургской философии – 2006» / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб, 2007. С. 171-175.
2. *Нигматуллина К.Р.* Развлекательный характер деловой информации в новостных лентах: методы построения // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Тезисы научно-практической конференции. СПб.: Роза мира, 2007. С. 20-21.
3. *Нигматуллина К.Р.* Аксиология в журналистике: пересекающиеся измерения // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 9, Филология, востоковедение, журналистика. 2008. Вып. 1. С. 140-146.
4. *Нигматуллина К.Р.* Защитники процессов глобализации в журналистике: есть ли спрос? // Журналистика в мире политики: спрос на интеллект. Материалы секционного заседания конференции «Дни петербургской философии – 2007» / Ред.-сост. В. А. Сидоров. СПб, 2008. С.109-115.
5. *Нигматуллина К.Р.* Толерантность как ценность демократического общества: содержание понятия и опыт отечественной журналистики // Ценностное содержание журналистики: культура социальных отношений и межкультурное взаимодействие в обществе: Матер. науч.-практ. конференции «СМИ и культура политического взаимодействия в демократическом обществе 22 октября 2008» / Редкол.: М. А. Шишкина, В. А. Сидоров, Г. С. Мельник. СПб., 2008. С. 347-357.
6. *Нигматуллина К.Р.* Толерантность – составляющая политической культуры общества и журналиста или фикция? // Ценностное содержание журналистики: культура социальных отношений и межкультурное взаимодействие в обществе: Матер. науч.-практ. конференции «СМИ и культура политического взаимодействия в демократическом обществе 22 октября 2008» / Редкол.: М. А. Шишкина, В. А. Сидоров, Г. С. Мельник. СПб., 2008. С. 40-52.