**Аннотация магистерской диссертации**

**Афоничкина Никиты Вячеславовича**

**«ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВЕЩАНИИ: ИСТОЧНИКИ И МОТИВАЦИЯ ВЫБОРА»**

**«AESTHETIC VALUES IN MODERN RUSSIAN TELEVISION BROADCASTING: THE SOURCES AND MOTIVATION OF CHOICE»**

**Н. рук. – Воскресенская Марина Аркадьевна, докт. ист. наук, доцент**

**Психология журналистики**

**Ключевые слова:** эстетика, эстетическая ценность, эстетическая единица, экранная культура, идентификация, мотивационные домены.

**Key words:** aesthetics, aesthetic value, aesthetic unit, screen culture, identification, motivational domains.

Несмотря на то, что у людей по обе стороны экрана всегда есть выбор, сегодня как создатели телепроектов, так и их зрители задумываются о культурном уровне общества не в самую первую очередь. Принято винить в этом законы рынка, отсутствие внятной культурной политики (в том числе в области СМИ), журналистов, забывающих о важнейшей задаче воспитания и духовного развития зрителя, аудиторию, культивирующую развлекательные информационные интересы и предъявляющую массмедиа соответствующие запросы.

Таким образом, **актуальным** представляется всестороннее исследование факторов формирования эстетических предпочтений современной телевизионной аудитории, в частности, анализ психолингвистических методик, языковых принципов, позволяющий выявить и определить эстетические ценности, представленные в телевизионных СМИ в настоящее время.

Основная **проблема** диссертационного исследования заключается в недостатке описания и систематизации механизмом анализа эстетических ценностей на современном телевидении.

Изучение существующего содержания и функционирования эстетических единиц в разных семантических полях поможет выявить причины изменений в системе ценностей аудитории, выраженной в восприятии эстетики телевидения.

**Новизна** исследования заключается в самом обращении к исследованию психологических сторон проблематики эстетических ценностей на материалах современного российского телевидения.

**Объект** исследования – эстетические ценности современного телевидения.

**Предмет** исследования – психологические аспекты формирования эстетических ценностей и их функционирования в журналистской практике.

**Цель работы** – выявить и систематизировать эстетические ценности, транслируемые современным телевидением, на основе комплексного описания эстетических единиц экранной природы.

**Задачи исследования**: 1) показать психологическую природу эстетики и эстетических ценностей; 2) раскрыть понятие «эстетики языковых единиц»;3) выявить и описать эстетические единицы, применяемые в материалах современного телевидения; 4) дать характеристику эстетическим ценностям в практике современного телевидения.

**Теоретическая база**. Непосредственно близкими к теме исследования являются научные труды в области эстетики телевидения П. Вирилио, А. Крамеротти. Статьи С. Кардвэл и Э. Таррони рассказывают о месте телевидения в среде радио и кино, инструментах эстетического воздействия, а также о проблемах восприятия и обратной связи зрителей экранной продукции.Из области психологии культуры следует обратить внимание на работы А. Ф. Лосева и Р. Арнхейма. Природа, сущность, происхождение и история развития искусства раскрыты в работах Ю. Б. Борева и В. В. Бычкова.С точки зрения общей философии и логики– фундаментальные исследования А. А. Потебни, Б. Кроче. Изыскания в эстетической сфере о роли художественного слова связаны с научными трудами М. М. Гиршмана, Г. Г. Шпета, Б. М. Гаспарова. О денотативных изменениях эстетического значения слова говорит Л. А. Новиков, затрагивая проблемные вопросы семиотики в изучении лингвистики. В продолжение этой темы ему оппонирует И. Р. Гальперин. В составлении правил и структурировании лингвистических методик помогли работы Г. А. Золотовой, Т.Ф. Ефремовой и Н. Д. Арутюновой.

**Эмпирическую базу** работы составили телепередачи, выходившие на отечественном телевидении в 2013 году. 100 передач разобрано в рамках контент-анализа: 33 передачи Первого канала, 26 – канала Россия 1, 29 – канала НТВ, 12 – канала Культура.

**Методология и методы исследования.** Исследование опирается на междисциплинарный подход и строится с привлечением данных психологии, эстетики, психолингвистики, языкознания, философии применительно к журналистскому дискурсу. В процессе исследования использовались сравнительный метод, выборочный метод, метод контент-анализа, метод анализа научных публикаций и примеров из средств массовой информации.

**Структура исследования**. Магистерская диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, приложений.

**На защиту выносятся следующие положения.**

1. Тенденция к доминированию аудиальной информации над видеорядом вызвана в первую очередь создателями телевизионного контента, которые не заботятся о том, как будет выглядеть телевизионной продукт, рассчитывая больше на аудиторию, которая не является постоянным зрителем и соучастником, только слушателем.

2. Разницы между словом книжным и экранным, произнесенным ведущим или героем, для телезрителя нет. Для него это часть природы креолизованного текста. В совокупности семантических слоев, способных воздействовать как визуально, так и при помощи текста, речи, звуков и др., у человека появляется психологическая уязвимость к влиянию на него программируемыми языковыми единицами. Открываются новые тактики психологического воздействия на зрителя посредством ряда факторов и в конечном итоге формирования у него определенных ценностей и взглядов, в том числе эстетических предпочтений.

3. Зрительский образ может быть собран из одного отдельного слова, сочетания, сочетания семантических пластов, но при этом он не теряет своей эстетической организации. Чаще этот образ воздействует на зрителя за счет своей многоплановости, в которой обыгрываются номинативные и образные значения эстетической единицы. В его визуальном воплощении на экране оказываются неразрывно связанными внутреннее содержание и внешняя форма.

4. Лингвистические средства выражения оценки, не являясь по своей природе дескриптивными, в первую очередь отображают индивидуальность объекта. В дальнейшем она способна варьироваться в широких пределах. В положительной и отрицательной коннотации скрыт набор релевантных принципов, и что важнее, в эстетической категории – архетипа экранной культуры.

5. Лучшее понимание традиционных методов искусства и эстетики телепроектов обогатит журналистский опыт, и, возможно, потребует переосмысления структуры журналистских редакций в плане более тесного профессионального взаимодействия журналистов с деятелями искусства.