

УДК 316

**СОВРЕМЕННЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПАТРИОТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ:
ОПЫТ АНАЛИЗА РОССИЙСКИХ СМИ**

© 2017 г.

А.Н. Осянин, А.М. Рюмин

Осянин Андрей Николаевич, к.соц.н.; доцент кафедры философии
Нижегородской академии МВД России
Prepod80@rambler.ru

Рюмин Алексей Михайлович, к.соц.н.; программист ООО «Медialogия», Москва
aryumin@aryumin.ru

*Статья поступила в редакцию 15.01.2017**Статья принята к публикации 28.07.2017*

Рассматривается отражение процесса формирования патриотизма и национального самосознания граждан в структуре публикационной активности центральных СМИ. С этой целью в феврале 2013 г. был собран корпус текстов за период с 2003 по 2013 г., представляющий собой массив публикаций центральных российских СМИ по проблемам феномена патриотизма. В ходе исследования были отсеяны нерелевантные рассматриваемой теме статьи. Общее количество публикаций собранного корпуса текстов составило 1000 статей. В качестве инструмента обработки полученных данных использовался лексико-семантический текстовый анализатор «Лекта», в основу которого положен метод многомерного контент-анализа.

Рассмотрение работы патриотических организаций имеет достаточно политизированный характер. В деле формирования патриотических настроений молодежи военно-патриотическим и военно-спортивным клубам отводится значимое место. Критикуется существующая система образования в части проводимой патриотической работы с молодыми людьми. СМИ отражают полемику по вопросу о том, кто должен играть главную роль в деле патриотического воспитания в структуре школьного образования.

Живую реакцию вызывают государственные проекты, которые имеют целью формирование патриотических чувств через СМИ. Декларируется благая цель подобных проектов, но подвергается критике коммерциализация идеи и ценностей патриотизма, расходование средств налогоплательщиков на эти цели.

Важное место в процессе формирования патриотических чувств отводится семье. В данном сегменте информационного пространства отмечена роль родителей как носителей патриотической идеи.

В качестве серьезного источника формирования патриотизма выступают сюжеты, связанные с Великой Отечественной войной. Активно транслируются ценности Великой Победы, проходят специализированные мероприятия, ведется работа со СМИ. Однако звучат мысли о том, что такая работа не всегда проходит эффективно – молодежь не проявляет интереса и должного уважения к событиям и жертвам Великой Отечественной войны.

Ключевые слова: воспитание патриотизма, центральные СМИ, государственные программы, система образования, семья, контент-анализ.

Структура мнений и представлений центральных российских СМИ о процессе формирования и воспитания чувства патриотизма и национального самосознания довольно поляризована и политизирована, поэтому актуальным представляется проведение исследования, призванного идентифицировать ключевые составляющие информационного пространства, в котором конструировалось понятие патриотизма. С этой целью в феврале 2013 г. был собран корпус текстов с помощью онлайн-базы изданий East View Publications (<http://www.ebiblioteka.ru/>) за период с 2003 по 2013 г., представляющий собой массив публикаций центральных СМИ России по проблемам феномена патриотизма. Выводы, полученные в результате использования указанного массива в качестве эмпирической базы для многомерного статистического анализа, являются актуальными.

На основании определения тематики каждого из факторов были выделены следующие ключевые микросюжеты: деятельность патриотических организаций; молодежь и патриотизм; школьное воспитание и патриотизм; роль СМИ в формировании патриотических установок; воспитание патриотизма в семье; роль системы образования в формировании патриотических чувств; Великая Отечественная война и ее восприятие сегодня.

Характеристика массива публикаций российских центральных СМИ. Лидером в структуре публикаций о патриотизме и национальном самосознании являются газета «Известия» (9.9% от общего числа источников) и «Российская газета» (7.4%). Кроме того, в группе лидеров представлены такие издания, как «Новые известия» (5.6%), «Независимая газета» (5.5%),

Таблица 1

Перечень российских центральных СМИ в массиве публикаций*

Наименование издания	Количество статей в массиве данных	% от общего количества статей
1. «Известия»	99	9.9
2. «Российская газета»	74	7.4
3. «Новые известия»	56	5.6
4. «Независимая газета»	55	5.5
5. «Красная звезда»	54	5.4
6. «Правда»	52	5.2
7. «Ведомости»	48	4.8
8. «Коммерсант»	45	4.5
9. «Московский комсомолец»	45	4.5
10. «Советская Россия»	44	4.4
11. «Московская правда»	37	3.7
12. «Время новостей»	32	3.2
13. «Санкт-Петербургские ведомости»	29	2.9
14. «Газета»	28	2.8
15. «Завтра»	28	2.8
16. «АиФ»	26	2.6
17. «Труд»	23	2.3
18. «Вечерняя Москва»	20	2
19. «Комсомольская правда»	20	2
20. «Слово»	20	2
21. «Литературная газета»	17	1.7
22. «Московские новости»	17	1.7
23. «Новая газета»	17	1.7
24. «Культура»	15	1.5
25. «Учительская газета»	14	1.4
26. «Огонек»	12	1.2
27. «Итоги»	11	1.1
28. «Профиль»	10	1

* Издания, которые дают в выборочной совокупности менее 1% публикаций, не вошли в данную таблицу.

«Красная звезда» (5.4%), «Правда» (5.2%), «Ведомости» (4.8%), «Коммерсант» (4.5%), «Московский комсомолец» (4.5%), «Советская Россия» (4.4%) (табл. 1). Указанные издания в совокупности дают более половины всех источников, релевантных теме патриотизма. Независимое народное издание «Советская Россия» позиционирует себя в качестве левого и оппозиционного к действующей власти.

Особенность рассматриваемого перечня массива публикаций центральных СМИ состоит в том, что 10 изданий в сумме составляют 57% всех источников, вошедших в корпус. Схожая ситуация характерна для структуры источников, которые входят в каждый из факторов (табл. 2). От половины до двух третей (53 и 63% соответственно) статей, из которых состоит каждый фактор, содержат в себе 10 изданий. При этом половина из них являются общими для всех факторов: «Коммерсант», «Известия», «Красная звезда», «Новые известия», «Российская газета». Это свидетельствует о том, что факторная модель репрезентирует рассматриваемую тему и внутри факторной модели существуют зависимости между факторами.

Две трети публикаций, релевантных рассматриваемой теме, от общего числа собранных

источников приходятся на период с 2003 по 2008 г. (663 публикации) (табл. 3). В последующие годы публикационная активность спадает, и тема патриотизма реже фигурирует в новостных лентах. Усиление интереса к патриотической тематике происходит в 2012 г., что объясняется динамикой изменения общественно-политической ситуации на фоне происшедших событий в политической, спортивной, культурной жизни страны (выборы депутатов Государственной думы РФ 6-го созыва, Президента РФ, массовые протестные движения «Зачистные выборы», летняя Олимпиада в Лондоне, наводнение в Крыму, «Евровидение» и др.).

В целом использование многомерного статистического анализа массива публикаций за 2003–2013 гг. позволило сделать вывод, что наиболее значимые взаимосвязи с патриотической тематикой прослеживаются в корпусе статей за 2003–2008 гг.

Распределение публикаций по годам в каждом факторе имеет примерно идентичную структуру (табл. 4). Лидером включенности публикаций за 2003 г. выступает первый фактор (25%), тогда как в остальных факторах данный показатель не превышает 16%. Процент

Таблица 2

Издание	1*	2	3	4	5	6	7
1. «Коммерсант»	8	6	4	5	4	5	6
2. «Время новостей»	6	4	4	–	3	4	4
3. «Газета»	6	–	5	5	6	–	–
4. «Известия»	6	4	7	8	8	6	7
5. «Красная звезда»	6	15	11	16	8	11	11
6. «Независимая газета»	6	–	–	–	–	–	–
7. «Новые известия»	6	6	12	5	7	8	8
8. «Российская газета»	6	5	7	4	7	5	6
9. «Московский комсомолец»	5	4	6	6	–	4	–
10. «Советская Россия»	5	–	–	5	4	5	6
11. «Московская правда»	–	6	–	4	3	5	4
12. «Правда»	–	5	–	4	–	–	5
13. «Санкт-Петербургские ведомости»	–	4	4	–	–	–	–
14. «АиФ»	–	–	3	–	3	–	–
15. «Ведомости»	–	–	–	–	–	4	4

*1 – деятельность патриотических организаций; 2 – молодежь и патриотизм; 3 – школьное воспитание и патриотизм; 4 – роль СМИ в формировании патриотических установок; 5 – воспитание патриотизма в семье; 6 – роль системы образования в формировании патриотических чувств; 7 – Великая Отечественная война и ее восприятие сегодня.

Таблица 3

Распределение массива публикаций по годам выпуска

Год издания	Количество статей в массиве данных	% от общего количества статей в массиве данных
2003	97	9.7
2004	112	11.2
2005	122	12.2
2006	123	12.3
2007	117	11.7
2008	92	9.2
2009	56	5.6
2010	70	7
2011	61	6.1
2012	108	10.8
2013	42	4.2
Всего	1000	100

источников СМИ, опубликованных в 2004 г., не превышает во всех факторах пятой части (20%). Наименьшее количество публикаций за 2005 г. включает в себя первый фактор (18%), тогда как у лидеров данный процент составляет 25%. Публикации СМИ за 2006–2007 гг. включены в структуру рассматриваемых факторов в равном процентном соотношении. Незначительное отклонение в пределах 4–6% в каждом году не оказывает кардинального влияния на содержание полученных результатов. Значимое снижение процента включенности публикаций СМИ в структуре факторов начинается с 2008 г., здесь он не превышает 6%. Это свидетельствует о низкой релевантности статей рассматриваемой теме исследования.

Качественная интерпретация контента тематик. Рассмотрим более подробно тематические блоки, выделенные с помощью факторного анализа.

Деятельность патриотических организаций. Реализация проектов формирования патриотической культуры активно осуществлялась не только органами государственной власти, но и общественными патриотическими организациями. Активнее всего в данном случае освещалась работа оппозиционной патриотической организации «Патриоты России». Коалиция «Патриоты России» была учреждена лидерами девяти партий и 30 общественных организаций 30 октября 2004 г. В нее, в частности, входят Партия возрождения России, Партия пенсионеров [1, с. 4].

Целью работы коалиции объявлена интеграция всех действующих патриотических сил в единое целое. Ядром такого объединения должны были стать «Патриоты России», которые были намерены создать межфракционную депутатскую группу. Они огласили свое намерение стать ключевой оппозиционной партией, готовой не на словах, а на деле решать проблемы социально-экономического развития страны.

Таблица 4

Структура публикаций каждого фактора по годам выпуска источника, %

Год издания	1*	2	3	4	5	6	7
2003	25	16	15	15	16	16	16
2004	14	17	18	18	17	17	18
2005	18	25	25	22	22	22	23
2006	16	17	20	19	20	20	18
2007	23	20	18	25	20	20	21
2008	5	5	6	–	6	6	5

*1 – деятельность патриотических организаций; 2 – молодежь и патриотизм; 3 – школьное воспитание и патриотизм; 4 – роль СМИ в формировании патриотических установок; 5 – воспитание патриотизма в семье; 6 – роль системы образования в формировании патриотических чувств; 7 – Великая Отечественная война и ее восприятие сегодня.

Оппозиционная патриотическая коалиция не скрывала своего намерения в перспективе преобразоваться в оппозиционную партию. Кроме того, Г. Семигин рассматривал свою коалицию оппозицией «всей вертикали власти», не исключая президента России, в то время как Геннадий Гудков видел свою партию в качестве «ответственной оппозиции», главным образом правительству.

Можно отметить выраженную политизированность патриотических инициатив, идущих от оппозиционных политических объединений. Такой формат работы по патриотическому воспитанию и формированию национального самосознания может быть скептически воспринят общественностью, снизив продуктивность ее самой.

Молодежь и патриотизм. Стоит отметить, что этот сегмент информационного пространства изучаемой проблемы представлялся преимущественно в позитивном ключе. Он описывает работу организаций и отдельных граждан, направленную на формирование патриотизма и чувства национального самосознания среди молодежи.

Ключевая роль в деле воспитания молодежи в данной области приписывалась военно-патриотическим и военно-спортивным клубам. В СМИ отмечался рост потребности в таких организациях, учитывая активность государства в деле становления и воспитания патриотизма граждан, в частности среди молодежи. Кроме того, фиксировался рост числа подобных организаций в некоторых областях России.

Позитивно оценивался вклад ветеранов в формирование патриотизма. Свою лепту они вносят, выступая в молодежных аудиториях, работая в музеях боевой славы, участвуя вместе со школьниками и студентами в походах по местам боевой славы, в проведении поисковой работы. Важнейшую роль в работе ветеранских организаций играет донесение до молодежи правдивой информации об истории Родины, Великой Отечественной войны, разоблачение фальсификаций истории.

Часто звучали положительные оценки реализации программы воспитания патриотизма, эффективности расходования средств на такую работу. В частности, в статье газеты «Красная

звезда» отмечается, что на решение проблемы патриотического воспитания были направлены определенные финансовые средства, активизирована работа общественных комиссий по патриотическому воспитанию молодежи, улучшена работа межведомственных советов, центров военно-патриотического воспитания, наращивается учебно-методическая база [2].

И вместе с тем в том же издании звучали критические заявления о необходимости корректировки системы патриотического воспитания молодежи. Отмечалось, что система нуждается в организационном и методическом совершенствовании [3, 4].

Патриотическое воспитание молодежи реализуется и через искусство, творчество, театр: «Исполнители ролей в патриотическом мюзикле считают, что для них участие в «Воинах духа» – гражданская миссия. «Наша молодежь увлекается не тем, чем надо, – употребляет наркотики, нюхает клей, – заявила госпожа Дольникова. – Я буду рада, если своей ролью открою молодежи глаза на жизнь» [5, с. 7].

В СМИ транслировалась информация по проводимым научно-практическим конференциям в области воспитания патриотизма. При этом отмечалось, что проводятся они не только научно-образовательными, но и религиозными организациями: «...в январе 2003 г. по инициативе Тобольско-Тюменской епархии проведена научно-практическая конференция на тему «Актуальные проблемы духовно-нравственного воспитания детей и молодежи в Тюменской области» [6].

В СМИ отражена тема активизации в молодежной среде интереса к судьбе своей страны, к истории России, к советскому прошлому, символике СССР, понимания различия понятий «патриотизм» и «национализм».

В публичном дискурсе присутствует и критика, скепсис: патриотизм в молодежной среде не распространен повсеместно; идеи национального самосознания и гордости за свою страну свойственны далеко не всем молодым людям. Например, по мнению первого заместителя председателя комиссии Совета Федерации

по делам молодежи и спорту Л. Бойцова, «аналитические исследования свидетельствуют, что порядка 50 процентов российских молодых людей сегодня не видят оснований гордиться своей страной» [4].

Критике подвергались и кумиры молодежи, духовные и нравственные ориентиры. Можно слышать мнение о том, что у молодежи сейчас просто нет литературных образцов для подражания.

Примечательно, что проекты по созданию патриотических организаций не всегда оказываются успешными: население далеко не всегда относится к ним с интересом и поддерживает их деятельность. Газеты пишут о важности работы по идентификации актуальной системы позиционирования таких организаций, чтобы добиться положительного отклика.

Население нередко опасается деструктивного влияния таких организаций и идей на молодежь. Так, СМИ в 2013 г. отмечали, что патриотизм в массовом сознании зачастую граничит с национализмом. Отсюда и произрастало недоверие и страх перед проектами и программами патриотического воспитания и становления национального самосознания: «...вместо развития патриотизма можно получить развитие агрессивности в обществе, – считает дублер руководителя Комитета по делам семьи и молодежи Москвы, студентка Московского государственного открытого университета Арина Татаревич» [7].

Наряду с позитивными оценками патриотизма молодежи России и программ по его формированию в СМИ часто можно видеть и критику молодежи за утрату чувства гордости за свою Родину, национального самосознания. Сами программы по воспитанию патриотизма описывались как не всегда успешные, а патриотические организации зачастую – как нежизнеспособные.

Школьное воспитание и патриотизм. Данный тематический блок в информационном пространстве изобилует как ярко выраженными критическими, так и позитивными оценками.

Начнем с нейтральной информации, транслируемой в СМИ. По мнению авторов статей, дошкольные воспитательные учреждения должны выступить инструментом формирования чувства патриотизма у детей. При этом относительно возможности и особенностей патриотического воспитания в дошкольном возрасте проходят оживленные дискуссии. О необходимости патриотического воспитания дошкольников в историческом ключе заявляет профессор факультета дошкольной педагогики и психологии МПГУ Э.К. Сулова [8].

В деле формирования патриотизма школьников отмечается важная роль учителей и воен-

ных: «Роль исполнителей этих непростых задач возложена на несколько ведомств, но главную скрипку играют учителя и военные. Первые – поскольку патриотов надо воспитывать с детства, вторые – так как ряды вооруженных защитников Родины пополняются с большим напрягом» [9].

Патриотизм школьников можно воспитать самыми разными способами. Например, характерным примером является проект военных стрельбищ для школьников. Предполагалось, что школьники получают практические навыки стрельбы из оружия боевыми патронами по мишеням. Однако звучали сомнения в том, что такие мероприятия могут сформировать чувство патриотизма школьников.

В СМИ отмечалась точка зрения ветеранов Великой Отечественной войны на воспитание патриотических чувств. Ветераны солидарны во мнении – учитывая реалии современной российской армии, школьникам как никогда актуально прививать чувство патриотизма. Сегодня армия служит отчасти инструментом разрушения чувства патриотизма: «...учитывая сегодняшнее положение Российской армии, возникла необходимость патриотического воспитания подрастающего поколения в школе» [10].

Важно отметить роль начальной военной подготовки для школьников. В СМИ транслировалась информация о том, что она позитивно воздействует на детей и определяет их положительное отношение к Родине. Школьники именно в этот период определяются с будущей профессией и могут выбрать военную, что является индикатором проводимой патриотической работы.

Отмечалось, что в школах корректируется учебная программа в соответствии с особенностями программы воспитания патриотизма и модифицируется преподавание: «И все-таки нововведения есть. Например, судя по программе, со следующего года в школе будет введено изучение текста и музыки государственного гимна России» [11].

Использовались и формальные средства патриотического воспитания школьников, призванные сформировать любовь к Родине. Без такой деятельности едва ли можно себе представить эффективную работу по воспитанию патриотизма молодежи в школах: «...на заседании московского правительства было объявлено, что следующий год начнется для московских школьников с урока по теме «Россия – Родина моя» [12].

В СМИ звучали мысли о том, что патриотизм не имеет под собой меркантильной основы. Формируется он исключительно на понима-

нии важности любви к своей Родине и готовности столкнуться с самыми тяжелыми невзгодами, но поддерживать в себе и других эти чувства к родной стране. Только духовная основа может стать необходимым базисом формирования этого высокого чувства и его воспитания у молодежи, в частности в школах.

В отношении процесса формирования патриотизма в школах звучали и критические замечания. Например, критике подвергался информационный фон, на котором существуют школьники. СМИ транслируют не ту информацию – их работа в данном случае нередко деструктивна.

Примечательно, что учителя также негативно высказываются в отношении как исторического прошлого России, так и современного положения государства. Подобная система оценок может восприниматься учащимися и деформировать нормативно-ценностную структуру личности: «Некоторые учителя истории последовательно объясняют, что «святая история России теперь осмеяна и оплевана» и что «армия в ужасном положении, а ведь раньше была самой могущественной в мире» [13].

Отмечалось, что «грешат» такими оценками и позицией не только учителя, но и родители. Дети в первую очередь воспринимают оценки и ценности родителей, а уже потом учителей. В СМИ транслировались примеры игнорирования родителями школьников ценностей патриотизма, отсутствия уважения к символике России и т. д.: «Когда заиграл гимн, половина родителей и детей продолжала смеяться, общаться и есть печенье. Директор школы со слезами на глазах вопрошала: «Как же так можно?!» [13].

Не всегда благие начинания учителей и директоров школ в отношении формирования чувства патриотизма претворяются в жизнь по причине нехватки финансов в школах. Эта проблема зачастую стояла очень остро, что и транслировали СМИ. В субъектах РФ указанная проблема стоит наиболее остро, что оказывает негативное влияние на дидактическую составляющую формирования патриотизма. Напротив, в столице финансовые возможности позволяют сформировать учебно-методическую базу для проведения занятий в системе патриотического воспитания.

Звучали мысли об опасности излишней формализации воспитания патриотизма. Этот процесс все же должен быть духовным и не должен претворяться сухо и безжизненно. Однако есть примеры как раз такого варианта воплощения в жизнь патриотического воспитания в школе: «Но одной вещи всегда нужно опасаться: оценивать ребенка по его личностным качествам, которые с трудом поддаются измерению. Я своими глазами видел школьный журнал, в котором

стояли оценки, в основном «пятерки» и «тройки», за ... патриотизм» [14].

Формализация губительна в данном случае и в отношении используемого в обучении языка. Язык – средство формирования патриотизма, и к нему нельзя относиться легкомысленно.

На основании публикаций СМИ можно отметить, что ведущаяся в школах работа по воспитанию патриотизма находит отражение в общественном сознании. Однако существует ряд серьезных препятствий на пути созидания любви к Родине, что активно заявлялось в СМИ. Решение таких задач видится особо актуальным, учитывая, что чувство патриотизма в наибольшей мере формируется именно во время обучения в школе.

Роль СМИ в формировании патриотических установок. Данный тематический блок посвящен СМИ как инструменту формирования патриотических настроений. В наибольшей мере речь пойдет о телеканале «Звезда», созданном специально для формирования патриотических настроений населения: «Концепция нового телевизионного канала подразумевает начало работы канала военно-патриотической направленности, ориентированного в первую очередь на подрастающее поколение» [15].

Примечательно, что канал планировался как патриотическое СМИ, отличающееся от других телеканалов направленностью на добро, созидание. На канале должна была транслироваться продукция, способная зародить позитивные чувства по отношению к родной стране, народу, истории. Это должно было отличать канал от большинства других СМИ.

Тем не менее мы вновь сталкиваемся с коммерциализацией, прагматизацией высоких чувств любви к Родине: телеканал «Звезда» – это бизнес-проект и работает по рыночной модели: «Работать она все равно будет по рыночной модели» [16].

При этом данный проект активно поддерживался правительством, что дает ему большую возможность утвердиться и развиваться более эффективно и стремительно. В СМИ указывают, что деньги, выделенные на данный проект, могут быть потрачены на более актуальные нужды. Вызывает сомнение положительный результат работы рассматриваемого ресурса, так как патриотизм необходимо воспитывать, а не насаждать через СМИ: «Патриотизм нельзя ввести зрителям при помощи телевизионного шприца. Его можно только вырастить – естественным образом. Инициатива создания патриотического канала должна исходить снизу» [16].

Более того, популярность такого ресурса ставилась под сомнение и по другим причинам – мо-

лодежь не проявит интереса, так как критично относится к российской армии. Что может заставить молодежь смотреть кино и другие материалы ТВ об армии? Критиковалось целенаправленное и массовое насаждение патриотизма, «зомбирование» нации, даже если оно преследует благую цель. Народ должен сам выбирать систему ценностей, а не приобщаться к ней в силу своей суггестивности и напора определенных СМИ.

Сегодня существуют и развиваются государственные проекты, ориентированные на формирование чувства патриотизма через СМИ. Независимо от того, что проекты имеют благую цель – воспитание патриотизма, они подвергаются критике за коммерциализацию идеи и ценностей патриотизма, за выделение значительных средств из карманов налогоплательщиков на реализацию проекта.

Воспитание патриотизма в семье. Семья в СМИ позиционируется как один из важнейших институтов формирования патриотизма. Данный тематический блок информационного пространства оценочно достаточно нейтрален. Здесь нет острой критики, как нет и дифирамбов в адрес патриотических инициатив государства.

Речь в публикациях идет о том, что родители, понимая актуальность патриотического воспитания, сами направляют детей в кадетские училища и другие военно-патриотические учебные заведения: «Создаются кадетские классы, корпуса, школы-интернаты. Это говорит о том, что героико-патриотическое воспитание уже стало восприниматься родителями и детьми как важный и необходимый элемент в становлении личности ребенка» [17].

В семье берет начало процесс становления личности, зарождения и формирования, в том числе патриотизма, который продолжается в образовательно-воспитательных, трудовых, воинских организациях, культурно-просветительских учреждениях, в других коллективах. В системе патриотического воспитания важнейшей составляющей является массовая патриотическая работа, организуемая и проводимая на регулярной основе государственными структурами при участии СМИ, представителей научных и творческих объединений, ветеранских, молодежных и других общественных организаций, ключевых религиозных конфессий государства.

Одна из позиций, транслируемых в СМИ, заключалась в том, что такое воспитание ребенок может получать уже с малых лет – в рамках дошкольного воспитания. Отмечалось, что изучению этого вопроса посвящаются конференции.

В СМИ звучали и более категоричные мысли о том, что родители ребенка – это основа основ формирования патриотизма. Для него отец и

мать – идеалы. Они и транслируют свою позицию в отношении образа Родины, которая должна быть воспринята ребенком.

В СМИ активно распространялась информация о чрезвычайной важности семьи как инструмента формирования патриотизма, без которого любовь к Родине и чувство национального самосознания нельзя развить. Отсюда происходит необходимость активной работы с семьей, апеллирование к семейным ценностям и т.д. при реализации кампаний популяризации патриотизма.

Роль системы образования в формировании патриотических чувств. Данный тематический блок посвящен роли института образования в формировании чувства патриотизма. Блок достаточно сильно напоминает несколько предыдущих, однако выделяются и другие актуальные нюансы, присутствуют некоторые положительные и отрицательные оценки реалий сегмента информационного пространства.

Часто в СМИ появляются идеи о том, что стоит пользоваться моментом, пока живы ветераны, и приглашать их в школы, институты, детские сады, кадетские училища и другие учебные заведения, чтобы учащиеся смогли встретиться с этими людьми, вдохновиться таким общением. Это способно зародить чувство патриотизма и любви к Родине: «Глава московского департамента образования Любовь Кезина считает, что нужно пользоваться моментом, пока еще живы ветераны, которые могут поделиться своим опытом, знанием прошлого» [18].

В СМИ нередко можно было также встретить материалы о готовящихся программах модернизации и введении новых образовательных курсов. Эти микрореформы направлены на привитие чувства патриотизма через систему образования.

Характерно, что и представители министерства образования, чиновники департаментов образования поддерживали введение курсов военной подготовки в образовательных учреждениях, а не только выпуск специальной литературы, способной стать фундаментом для ведения патриотического воспитания в рамках образовательных программ. В СМИ транслировалась информация о том, что проходят специализированные слушания, конференции и другие научно-практические мероприятия, призванные сформировать актуальный и продуктивный путь развития патриотизма среди учащихся.

Звучала и критика по поводу особенностей формирования чувства патриотизма в учебных заведениях. Например, история России в школах преподносится некорректно – как сплошная череда войн, побед и поражений России. При

этом абсолютно игнорируются мирные действия и вообще другие аспекты развития России. Таким образом, сам курс обучения должен быть скорректирован, исходя не только из желания сделать его более патриотичным, но и из соображений привития патриотичности в корректном аспекте, не сугубо воинственном и жестоком.

Критикуются и современные подходы, образы и идеалы патриотизма, освещаемые в рамках образовательного процесса. Возможно, имеющиеся программы нуждаются в пересмотре и модернизации. Чиновники, разрабатывающие их, в значительной мере опираются только лишь на свое собственное представление об актуальных аспектах патриотизма и методах его формирования. При этом наиболее важную роль играют потребности и ценности актуальной целевой аудитории – школьников и студентов. Их надо учитывать в первую очередь.

И все же звучали и ярко выраженные позитивные и оптимистичные мысли о том, что сегодня сама молодежь испытывает потребность в духовном и нравственном росте, хочет чувствовать любовь к своей Родине, что является важнейшим залогом для эффективной работы по воспитанию патриотизма среди учащихся различных учебных заведений: «Березина с удовольствием отметила, что у подрастающего поколения есть «потребность в духовно-нравственном развитии и патриотизме». Эта потребность, по ее словам, удовлетворяется на всех уровнях образования. Так, дошкольники воспитывают патриотизм, изучая фольклор, а в начальной школе «любовь к малой родине» прививается на уроках краеведения» [19].

Как уже было сказано, данный тематический блок дополняет предыдущие блоки нюансами воспитания патриотизма в учебных заведениях. Отмечалось, что существуют программы по формированию любви к своей Родине среди учащихся, хотя сами программы, возможно, нуждаются в обновлении, а актуальная аудитория – в более пристальном и внимательном изучении.

Великая Отечественная война и ее восприятие сегодня. Данный тематический блок посвящен классическому для российских СМИ сюжету о патриотизме, который граждане СССР проявили во Второй мировой войне. Этот сюжет позиционируется как средство формирования национального самосознания, воспитания патриотизма российского народа сегодня.

Так, например, часто упоминались создание музеев Великой Отечественной войны, расширение сети городских поисковых отрядов и увеличение числа дней памяти военной славы, организация мероприятий, посвященных праздни-

ванию 65-летия Победы в Великой Отечественной войне.

В СМИ описывалась и работа молодежных патриотических организаций и движений, связанная с тематическими массовыми мероприятиями с использованием символики Победы во Второй мировой войне.

Отмечалось, что сами ветераны хотели бы, чтобы молодежь восприняла, поняла, сохранила и передала будущим поколениям их жизненный опыт. По этой причине ветераны тянутся к школьникам, студентам, чтобы передать опыт и убедиться в его сохранности.

Помимо массовых мероприятий, посвященных празднованию Победы в Великой Отечественной войне, проводится и другая работа по чествованию ветеранов. В частности упоминалось о создании специализированной литературы, увековечивающей память о Великой Победе. Увековечивание памяти героев войны происходит и с помощью поисковых работ. В СМИ звучали мысли о том, что такая работа является необходимой и ее обязательно нужно проводить.

В СМИ отмечалось, что организуются и встречи ветеранов-фронтовиков в Большом театре, в том числе Героев Советского Союза, Героев России, кавалеров полководческих орденов, ордена Славы трех степеней, участников исторических военных парадов на Красной площади 1941 и 1945 г., встречи с активом поисковых отрядов, презентации новых книг о Великой Отечественной войне, фестивали и конкурсы самодеятельного художественного творчества ветеранов и членов их семей. Особо стоит отметить работу Всероссийского центра социально-правовой помощи ветеранам.

Проходят и спортивные мероприятия, посвященные Великой Победе: «Третье место завоевали петербургские самбисты на завершившемся в Минске VI международном юношеском турнире по борьбе самбо «Победа», посвященном подвигу советского народа в Великой Отечественной войне» [20]. Это один из способов привлечь внимание молодежи к вопросам патриотизма и чувства национального самосознания. Празднование Победы во Второй мировой войне могло проходить и в других форматах. В частности, это работа со СМИ, кинематографическая работа. Таким образом, в СМИ приводится масса информации о том, как должна праздноваться эта знаменательная дата. Упоминался также выпуск журналов о Великой Отечественной войне и других бумажных и интернет-изданий.

В то же время, говоря о теме Великой Отечественной войны, СМИ выражают опасение, что новое поколение потеряло духовные ориентиры и ценности: «Ни для кого не секрет – молодое поколение переживает глубокий духов-

ный кризис, оно срочно нуждается в новой социальной философии, в государственной идее. ... Так, например, только 40% российской молодежи гордится победой нашего народа в Великой Отечественной войне, около 60% – культурным наследием России, а 55% – героической историей Отечества» [21].

Доминирующей патриотической моделью выступает государственно-властный (державнический) патриотизм, который использует в качестве основного метода воздействия пропаганду, влияющую преимущественно на эмоциональную сферу личности. Патриотизм включает в себя также познавательный, поведенческий, нормативно-ценностный компоненты, поэтому в качестве варианта решения рассматриваемых затруднений формирования патриотизма используется и гражданская модель конструктивного (деятельного) патриотизма. Основными индикаторами его выступает активная, не «созерцательная» позиция гражданина, личная сопричастность и ответственность за происходящее в стране, гражданские ценности, «критическая лояльность» существующей власти, участие в политико-правовом процессе.

Список литературы

1. Хамраев В. Партийная жизнь. Народники примкнули к «патриотам» // Коммерсант. Daily. 2005. 21 января. С. 4.
2. Петрачков С. Российский патриотизм и реалии сегодняшнего дня // Красная звезда. 2007. 31 марта URL: http://old.redstar.ru/2007/03/31_03/2_01.html (дата обращения: 14.07.2016).
3. Князьков С. К новому тимуровскому движению // Красная звезда. 2004. 21 апреля. URL: http://old.redstar.ru/2004/04/21_04/4_01.html (дата обращения: 14.07.2016).
4. Возвращение патриотов // Красная звезда. 2005. 25 февраля. URL: http://old.redstar.ru/2005/02/25_02/2_02.html (дата обращения: 14.07.2016).
5. Кашин О. Десантников отпели мюзиклом. Патриотическое воспитание // Коммерсант. Daily. 2004. 26 мая. С. 7.
6. Поливцев Л. Патриотизм – не конъюнктура. Красная звезда. 2003. 19 июля. URL: http://old.redstar.ru/2003/07/19_07/4_03.html (дата обращения: 14.07.2016).
7. Платонова М. Власть озаботилась патриотическим воспитанием молодежи // Вечерняя Москва. 2006. URL: <http://elibrary.ru> (дата обращения: 14.07.2016).
8. Патриотами не рождаются, они воспитываются // Московская правда. 2007. 16 июня. URL: <http://elibrary.ru> (дата обращения: 14.07.2016).
9. Гаврилов В. А патриотом быть обязан // Труд. 2003. 10 декабря. URL: <http://www.ebiblioteka.ru/> (дата обращения: 20.01.2016).
10. Столетнева Л. Встречи. Растить патриотов // Московская правда. 2004. 26 февраля. URL: <http://www.ebiblioteka.ru/> (дата обращения: 20.01.2016).
11. Гулько Н. Сбылась мечта патриота // Коммерсант. Власть. 2005. 25 июля. С. 20.
12. Тучкова А. Патриотические раздоры // Новые известия. 2005. 28 апреля. URL: <http://www.newizv.ru/society/2005-04-28/23722-patrioticheskie-razdory.html> (дата обращения: 14.07.2016).
13. Крулевич Е. Зов предков. Игры патриотиков // Московский комсомолец. 2004. 3 июня. URL: <http://www.ebiblioteka.ru/> (дата обращения: 20.01.2016).
14. Агранович М. Образование. «Тройка» за патриотизм // Российская газета. 2005. 26 апреля. С. 14.
15. Канал системы «Патриот» // Московские новости. 2003. 29 апреля. URL: <http://www.liveinternet.ru/user/rs/couzem/post274559059/> (дата обращения: 14.07.2016).
16. Ланкина Е. Продукт из патриотизма // Московские новости. 2005. 18 февраля. URL: http://ruskline.ru/monitoring_smi/2005/02/18/produkt_iz_patriotizma/ (дата обращения: 14.07.2016).
17. Страна сильна патриотами // Красная звезда. 2005. 22 июня. URL: http://old.redstar.ru/2005/06/22_06/1_02.html (дата обращения: 14.07.2016).
18. Хомченко Ю. Несовременный патриотизм // Время новостей. 2006. 11 октября. С. 3.
19. Качуровская А. Патриотов воспитают песни. Образование // Коммерсант. Daily. 2003. 3 декабря. С. 7.
20. Эстерлис М. Победа воспитывает патриотизм // Санкт-Петербургские ведомости. 2006. 13 мая. URL: <http://www.ebiblioteka.ru/> (дата обращения: 20.01.2016).
21. Павлюткина И. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2006–2010 годы» // Красная звезда. 2005. 31 августа. URL: http://old.redstar.ru/2005/08/31_08/2_01.html (дата обращения: 20.01.2014).

CURRENT FACTORS OF PATRIOTIC CONSCIOUSNESS DEVELOPMENT: THE EXPERIENCE OF RUSSIAN MEDIA ANALYSIS

A.N. Osyenin,¹ A.M. Ryumin²

¹Nizhni Novgorod Academy of the Ministry of the Interior of the Russian Federation
²LLC Medialogia

This paper looks at how the process of nurturing patriotism and national self-awareness of citizens is reflected in the structure of the central mass media publication activity. For this purpose, in February 2013, a corpus of texts was compiled for the period from 2003 to 2013, which is an array of publications of the central Russian mass media on the phenomenon of patriotism. In the course of the study, the articles irrelevant to the subject were eliminated. The total number of publications of the collected corpus of texts amounted to 1000 articles. The lexico-semantic text analyzer «Lecta» based on the multidimensional content analysis method was used to process the data.

The work of patriotic organizations is often considered in a quite politicized manner. Military-patriotic and military-sports clubs play an important role in the development of patriotic attitudes among young people. Some criticism is waged at the existing education system regarding its patriotic work with young people. The media also reflect the polemic on who should play the main role in patriotic education in the structure of school education.

State projects, which aim at the nurturing of patriotic feelings through the media find a keen response in the publications. The good purpose of such projects is stated, but the commercialization of the idea and values of patriotism, as well as the expenditure of taxpayers' money for these purposes are criticized.

The family is assigned an important place in the process of the development of patriotic feelings. In this segment of the information space, the role of parents as bearers of the patriotic idea is noted.

The stories related to the Great Patriotic War are an important source for the development of patriotism. The values of the Great Victory are highlighted, specialized events are organized, the media are involved in this work. However, there are concerns regarding the effect of these efforts: young people do not show interest in the events of the Great Patriotic War and due respect for its victims.

Keywords: nurturing patriotism, mainstream media, government programs, education system, family, content analysis.