

УДК 070+323

ГОСУДАРСТВЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКАЯ ТЕМАТИКА В СМИ

© 2013 А.А. Лебедев

Информационное Телеграфное Агентство России

Поступила в редакцию 30 июля 2013 года

Аннотация: В информационном поле страны до настоящего времени практически отсутствовала государственно-патриотическая тематика. Сегодня государство возвращается в СМИ и возрождение подлинного патриотизма становится особой заботой государства в сфере ее информационной политики.

Ключевые слова: патриотизм, СМИ, телевидение, государственное регулирование.

Annotation: Untill the modern moment there was no themes in media, concerning patrioty. Now the sate returns to media, it is primary agenda for the information policy.

Key words: Patrioty, media. tv, state regulation.

Отметим как тенденцию последнего времени увеличение сюжетов в информационных программах, тематических передач, фильмах о прошлом страны, в частности, о героической победе в Великой Отечественной войне. Видимо появилась потребность, необходимость в передаче опыта поколению, которое не так много знает о героическом прошлом страны (22 июня тележурналисты опрашивали молодых людей, многие не могли сказать, что в это день произошло в середине прошлого века).

Безусловно, роль СМИ, и телевидения в том числе, огромна. Просчеты в воспитании — это и просчеты СМИ. Одной из серьезных причин отсутствия должной оценки роли патриотизма в современных условиях является слабость теоретической разработки идей патриотизма, недостаточная их пропаганда в СМИ, установках политических партий и движений, государственной власти. Об этом речь идет уже давно, а вот с реализацией этой идеи не все так однозначно.

Примером тому — становление телеканала «Звезда», назначение которого и должно было бы изменить телевизионный ландшафт, вернуть в информационное поле страны военно-патриотическую, а точнее государственно-патриотическую тематику. Ведь даже сами понятия «патриотизм», «государственный патриотизм», «военно-патриотическая тематика», «ценностные ориентации», «пропаганда» и т. п. исчезли из тезауруса СМИ. А в толковом словаре В. Даля патриотизм трактуется как «любовь к отчизне». По его определению, патриот — это «любитель отечества, ревнитель о его благе, однолюб». Современные энциклопедические словари, рассма-

тривая патриотизм, связывают сознание человека с эмоциями на проявление воздействий внешней среды на малой родине (месте рождения данного индивида), его воспитания, детских и юношеских впечатлений, становления его как личности.

Таким образом, понятие «патриотизм» составляет следующие элементы: отношение к судьбам своего Отечества, уважение к его истории, к своим предкам, любовь к малой и большой Родине. Исходя из этого, вполне можно согласиться с определением патриотизма, данным российским ученым А. В. Опалевым: «Патриотизм — это наиболее значимая ценность, присущая всем сферам жизни общества и государства, которая является важнейшим достоянием личности, характеризующей высший уровень ее развития, и проявляется в ее активной деятельности на благо Родины. Патриотизм выражает любовь к своему Отечеству, сопричастность с его историей, культурой, достижениями, составляющими духовно-нравственную основу личности, формирующими ее гражданскую позицию и потребность в беззаветном служении своему народу, вплоть до самопожертвования» [2].

«Патриотизм — чувство органическое, естественное. Как дыхание, как потребность в еде, в любви. По ходу развития человеческой цивилизации оно обогащалось и расцветивалось всевозможными оттенками... Отдельной строкой стоит государственный патриотизм. Потому что он самый утилитарный. В пору формирования и выживания той или иной человеческой популяции, объединенной языком и культурной традицией, возникает надобность в наборе силовых инструментов под названием «государство», которое в свою очередь утилизирует патриотизм как идеологическое оружие» [1].

© А.А. Лебедев, 2013

Поэтому появление телеканала Минобороны «Звезда» было своеобразным вызовом сложившейся системе СМИ в России в начале XXI в., когда темы патриотизма ушли в небытие, когда начал формироваться политический и рекламный рынок. Под видом «свободы прессы» многое, что способствовало сближению понятия «государство и патриотизм» стало выплескиваться из бесценного опыта отечественной прессы. Изменились и герои: бизнесмены, торговцы пивом, проститутки. Новости на ТВ делают не для информирования населения, а для привлечения внимания к каналу, повышения рейтинга и, следовательно, притока рекламы. Приоритет отдается наглядным, ярким, шокирующим новостям, имеющим хорошую «картинку». «Вместо дел на экране появляются слова, вместо личностей — имиджи, вместо партий — неработоспособные, абстрактные юридические формирования. Политика на экране становится виртуальным спектаклем, действующие политики создают информационные поводы, владеют искусством перформанса. Правящая элита использует эффект ореола, переноса авторитета, не участвует в дебатах, дабы не развеять завесу таинственности, не оплошать и не дать повод сравнивать свой статус с соперником» [4, 14].

20 февраля 2005 года телеканал «Звезда» вышел в эфир. Новый формат предполагал новый подход к реализации государственной политики в сфере патриотического воспитания: ведь основная идея канала «Звезда» — это создание инструмента увеличения влияния государства в реализации государственной политики в области патриотического воспитания.

Согласно всем опросам общественного мнения, подавляющее большинство населения на уровне подсознания идентифицирует себя с традицией «русской цивилизации» и выступает за усиление политического веса патриотизма, справедливости, нравственности, семейных ценностей. Отрадно, что возрождение подлинного патриотизма становится особой заботой государства.

Анализ государственной информационной политики ведущих экономически развитых государств свидетельствует о преобладании комплексного подхода при формировании ее концептуальных основ. Это, прежде всего, ориентация на согласование ценностей демократии с императивами национальной безопасности, сближение интересов личности и общественных и государственных институтов общества. Такая гибкость позволяет оперативно реагировать на постоянные изменения, улавливать динамику, что делает вариативными — одновременно как «либеральными», так и «государственниче-

скими» — основные направления реализации государственной информационной политики. И такая политика есть везде. Ни одна из ведущих стран мира не оставляет информационную сферу без должного внимания со стороны властных структур, прямого и косвенного регулирования. Так, например, все многообразие существующих в мире моделей функционирования национального телевидения может быть сведено к трем: модель негосударственного телевидения (США); смешанная модель, включающая государственное, общественное, негосударственное телевидение (Великобритания); модель общественно-правового телевидения (ФРГ, Франция). На уровне политико-правовых документов государство декларирует принцип невмешательства в деятельность национальных телекомпаний. В то же время в подавляющем числе случаев прямо через обязательное лицензирование, совершенствование правовой базы, выделения финансирования, льгот, принятия кадровых решений и т. п. и косвенно через оказание адресных субсидий, введения в состав управляющих органов своих представителей, поддержку наблюдательных советов и пр. использует национальное телевидение для реализации государственной политики в информационной сфере.

Для современной России, встающей на путь формирования полноценных институтов гражданского общества, основ демократического правового государства, едва ли применима ставшая на Западе классической либерально-демократическая доктрина, в соответствии с которой телевидение служит социуму, а не осуществляет государственную информационную политику. «И дело не только и даже не столько в том, — пишет один из теоретиков политических процессов И. В. Федякин, — что российский правящий класс в полной мере не осознал необходимость независимой оценки его деятельности со стороны общества через телевидение и до конца не понял, что таким образом существенно повышается эффективность его функционирования. Напротив, властью за последние годы было сделано немало шагов в сторону дальнейшей демократизации общественной жизни, обеспечения свободы слова и прессы, создания условий для формирования и функционирования независимых СМИ, в том числе телевидения (например, создание Общественной палаты, совершенствование законодательства в информационной сфере, поддержка целого ряда неправительственных организаций и т. д.)» [5, 11].

Все дело в том, что не совсем однозначной на настоящем этапе является степень готовности самого российского социума и его институтов к эволюционному, естественному переходу

к модели самостоятельного и устойчивого демократического развития, без помощи со стороны государства. Примером может служить полемика, разыгравшаяся вокруг создания общественного телевидения и приватизации государственных телевизионных каналов на сайте В. Познера (<http://vladimirpozner.ru/>) [3]. Сорок девять комментариев — 49 различных мнений. Это говорит о том, что не вполне однозначной на настоящем этапе является степень готовности самого российского социума и его институтов к эволюционному, естественному переходу к модели самостоятельного и устойчивого демократического развития, без помощи со стороны государства. Искусственное же инициирование такого перехода рискует стать лишь повторением политических модернизаций, которыми так изобилует отечественная история. Тем самым велик риск превращения телевидения, в случае его выхода из-под государственного контроля, в средство достижения узкокорыстных устремлений той или иной заинтересованной группы.

*Лебедев А. А.
Информационное Телеграфное Агентство России
(ИТАР-ТАСС), советник, кандидат философских наук.*

Воспитание патриотизма и обеспечение государственного — не контроля, но внимания к этому вопросу — всего лишь свидетельство того, что мы, Россия, уже становимся взрослыми и начинаем смотреть не только в завтра, но и в послезавтра.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Богомолов Ю. Государство и патриотизм. {Электронный ресурс}. — URL:<http://ria.ru/authors/20101015/285998734.html>.
2. Исаков А. Патриотизм. {Электронный ресурс}. — URL: http://www.rau.su/www.rau.su/observer/N7_2004/7_01.htm.
3. О телевидении и государстве. {Электронный ресурс} — <http://pozneronline.ru/2012/11/3492/>.
4. СМИ в информационном взаимодействии власти и общества. Материалы всероссийской конференции, Москва, 17-18 марта 2005 г. — М. : Издательство Хроникер. — 2005. — С. 14.
5. Федякин И. В. Государственное телевидение как инструмент государственной информационной политики : политологический анализ российского и зарубежного опыта / И. В. Федякин : автореф. дисс. канд. полит. наук. — М. — С. 11.

*Lebedev A. A.,
Information Telegraph Agency (ITAR-TASS), Adviser,
Ph.D. Philosopher.*