

## К ВОПРОСУ О ПАТРИОТИЧЕСКОМ СОДЕРЖАНИИ ЦЕРКОВНОЙ ПЕРИОДИКИ УРАЛА

*Н.В. Сальникова*

Аксиосфера медиапродукта – ключевой пункт при изучении эффективности современных религиозных СМИ, определения их места в общей журналистской системе России. Нацеленные на формирование определенных ценностных установок воцерковленной аудитории, а в настоящее время активно стремящиеся привлечь к диалогу и светского читателя, зрителя, слушателя, православные СМИ Уральского Федерального округа внедряют в концептуальную основу своих медиа четыре смыслообразующих аксиологических компонента – это любовь, милосердие, семейные ценности и патриотизм. Причем в разговоре о последнем, стремясь отстаивать идеи имперского патриотизма и призывая вернуть патриархальные основы как в государстве, так и в отдельно взятой семье, авторами конструируется образ врага. Данный концепт в текстах резко контрастирует с обобщением «мы». При этом авторы активно, не стремясь завуалировать, используют приемы манипулирования сознанием, выражающиеся как в вербальной, так и невербальной плоскостях. Это и активное использование знаковой системы, апеллирование к мнимому эксперту, эмоциональное моделирование с помощью изобразительных элементов и т. д. В ходе исследования были изучены более ста наименований печатных и электронных церковных СМИ Урала за период 2010–2013 гг. В это время происходит активное восстановление системы православных СМИ УрФО, а также появляется целый ряд новой печатной религиозной продукции. Такое количество, а главное разнообразие медиапродукта способно внести существенные морально-этические корректировки в сознание жителей отдельно взятого региона России.

*Ключевые слова:* патриотизм, церковные СМИ, любовь к Родине, патриотическая тематика, ура-патриотизм, имперский патриотизм, образ врага, эмоциональное моделирование.

Патриотизм есть духовная потребность человека любить свое Отечество, почитать своих предков, сохранять и преумножать историческое, культурное, природное богатство. Отчизнолюбие кристаллизуется, в первую очередь, в семье, в стремлении родителей передавать детям память поколений, учить мужеству на примере подвигов близких, соблюдать многовековые традиции и обычаи своего народа. Такая историческая сопричастность помогает молодому поколению сформировать характер, высокие нравственные ценности, обрести духовное богатство.

Укоренению в сознании чувства патриотизма способствует и деятельность других социальных институтов, в частности, Церкви и СМИ. Соединяясь на единой функциональной платформе, церковные масс-медиа служат цели воспитать в своей юной аудитории чувство патриотизма, приобщить к общим для русского народа духовным богатствам, укрепить во взрослых чувство национального единства и религиозной общности.

«Христианский патриотизм одновременно проявляется по отношению к нации как этнической общности и как общности граждан государства». – Читаем мы в Основах социальной концепции РПЦ. – «Православный христианин призван любить свое Отечество, имеющее территориальное измерение, и своих братьев по крови, живущих по всему миру. Такая любовь является одним

из способов исполнения заповеди Божией о любви к ближнему, что включает любовь к своей семье, соплеменникам и согражданам» [3].

Созвучно богословское толкование патриотизма и его светской дефиниции. Политическая энциклопедия предлагает следующее определение: «патриотизм (от греч. *patris* – Отечество, Родина) – любовь к Родине, чувство ответственности за ее судьбу, готовность и способность служить ее интересам и способствовать ее успехам в сфере внутренней жизни и на международной арене» [4, с. 293]. Советский энциклопедический словарь определяет патриотизм как «любовь к Родине, «одно из наиболее глубоких чувств, закрепленных веками и тысячелетиями обособленных отечеств» (В.И. Ленин)» [2, с. 190]. В словаре В.И. Даля значение этого слова трактуется так: «Патриот – любитель отечества, ревнитель о благе его, отчизнолюб, отечественник». Обратимся к философскому толкованию: «Патриотизм (от греч. *patris* – Отечество) – нравственный и политический принцип, социальное чувство, содержанием которого является любовь к Отечеству, преданность ему, гордость за его прошлое и настоящее, стремление защищать интересы Родины» [7, с. 358]. В лексическом же значении слово патриотизм обозначает «любовь к Родине, преданность своему Отечеству, своему народу». Есть у патриотизма и ряд синонимов: верноподданничество, верноподданность,

верноподданство, любовь к Отечеству, любовь к Родине, отчизнолюбие [6].

Свое, достаточно узкое, понимание патриотизма сформировалось в народном сознании. Так, по результатам социологического исследования ВЦИОМ, проведенного в 2010–2011 гг., быть патриотом, по мнению опрошенных, означает заботиться об уважении традиций и укреплении семейных ценностей. Называют себя патриотами 80 %, что несколько ниже показателей предыдущих лет наблюдений (в 2010 году – 84 %, в 2008 – 88 %). При этом существенно увеличился процент респондентов, которые не могут сказать, что настроены патриотично – 17% опрошенных (в 2008 году таких было 10 %) [5].

Спад патриотических настроений отмечают и социологи аналитической исследовательской организации «Левада-центр». По их данным, количество граждан, которые считают себя патриотами России, с начала двухтысячных снизилось с 77 % до 69 % в 2013 году. При этом, граждане только декларируют собственный патриотизм, но не готовы жертвовать собой ради Родины, констатируют эксперты. В подкреплении социологических данных, издание «Коммерсантъ» приводит мнение старшего научного сотрудника института социологии РАН Леонтия Бызова. По его наблюдениям, большая часть граждан «не готова жертвовать чем-либо ради интересов страны». То есть патриотизм остается формой «довольно бессмысленной парадной идентичности» [1].

Данный тезис диаметрально противоположен представлениям Русской Православной Церкви, которая настаивает, что «патриотизм православного христианина должен быть действенным. Он проявляется в защите Отечества от неприятеля, труде на благо Отчизны, заботе об устроении народной жизни, в том числе путем участия в делах государственного управления. Христианин призван сохранять и развивать национальную культуру, народное самосознание» [3]. Этому, в частности, подчинена деятельность РПЦ как религиозно-идеологического рупора, в идеале это утверждение должно быть правилом и для журналистов церковных СМИ, чье мнение доносится до определенного сегмента воцерковленной и светской аудитории, чьи нравственные установки могут повлиять на ценностные ориентиры определенной части общества.

В настоящее время на территории Уральского Федерального округа насчитывается 67 официальных церковных СМИ (не считая интернет-сайтов, а также приложений, рубрик и программ в местном светском медиаконтенте), и с каждым годом их количество только увеличивается. Происходит это по большей части за счет освоения Церковью сети Интернет, а также вследствие возрождения традиций церковной периодики. Православный теле-, радиоконтент из-за своей трудоемкости, затратности и профессиональной специфики развивается менее стремительно. В то время как

епархиям, храмам и приходам необходим собственный информационный миссионерско-катехизаторский ресурс, который в подробностях сообщал бы верующим о жизни прихода и РПЦ в целом, а также позволил бы редакциям оказывать влияние на сознание аудитории посредством не только проповеди в храме, но и с помощью преимущественно печатного слова.

Патриотическая тематика в разнообразных ее содержательных проявлениях – довольно частое явление в контенте региональных православных медиа. Несмотря на то, что специально созданных, узкотематических и сугубо патриотических по своему функционалу электронных или печатных СМИ в ходе исследования нами обнаружено не было, на территории Урала патриотические материалы присутствуют в контенте практически всех традиционных официальных церковных СМИ, являются их содержательной аксиологической константой. Так, в телерадиоэфире регулярно транслируются многочисленные авторские программы патриотической направленности (телепроекты «Отечественная история», «Хранители памяти», «Погоны России», радиoproграммы «Великие люди великой России», «История власти», «Сподвижники 20-го века», «Чтобы помнили»), также выходят рубрики в печатных изданиях с достаточно прозрачным по содержанию названием («Наши святыни», «Страницы истории», «Из нашей истории», «Связь времен», «Родная история», «Наши люди», «Родной край», «Герой нашего времени», «Духовное наследие», «Исторический опыт», «Подвижники благочестия и трезвости», «Паломничество»). В заголовках нередко можно встретить прецедентные феномены (например, «Они сражались за Родину», «Мы за цену не стоим!», «Миссия выполняема»), которые составляют всплывать в памяти знакомые образы, ассоциации. Таким образом, содержание материала оказывается прозрачным, а ассоциативный ряд доступным и четким. Помимо этого авторы выбирают следующие названия с положительными маркерами, такими как «Россия возрождаемая», «Мы – кадеты», «Исполнить священный долг», «Богатырская наша сила», «Казачья повесть Сургута», «По святым местам». Уже в заголовках мы находим признаки обобщенности (использование местоимений «мы», «наши») с созвучными ключевыми словообразующими элементами (история, традиции, память), что говорит о стремлении православных редакций хотя бы номинально объединить аудиторию на единых ценностных понятиях.

Активизации в сознании уральской аудитории патриотизма как нравственной ценности способствуют и выбранные авторами жанры – путевые заметки, краеведческие зарисовки, очерки, репортажи (фото и вербальный), а также жанры художественной литературы (рассказ, сказки, поэзия), эпистолярный жанр. Такая полифония выбранных форм помогает в яркой, образной форме донести содержание материала, его глубокий нравствен-

## Зеленые страницы

ный замысел и патриотический призыв, позволяет пробудить эстетические чувства к Родине, ярко охарактеризовать православное понимание патриотизма. Обращение священнослужителей, проповедь, житие святых – церковные жанры, также нацеленные на возрождение патриотизма в свете православных традиций. Это и прямой разговор с аудиторией о важности понятий «Отечество», «Родина», «Малая Родина», «Россия», «Русь», а также жизненные примеры проявления верующими патриотических чувств.

Исходя из содержания рассматриваемых СМИ, можно выделить основные тематические блоки, в рамках которых находим патриотические материалы (см. рисунок).

Исторический пласт, пожалуй, самый масштабный, политематический и консолидирующий по своей природе. Изучая исторические события, военные подвиги своего народа, людские тяготы и лишения читатели учатся соотносить собственные ценностные ориентиры с приоритетами описываемых исторических личностей. Таким образом возможно соблюсти некую преемственность поколений на аксиологической платформе. Следует отметить, что в своих материалах православные авторы предпочитают описывать и комментировать (что является вполне закономерным) период православной России – от крещения Руси до крушения Российской империи. Данные пространственно-временные координаты, в отличие от советского прошлого, оцениваются положительно. Церковные СМИ призывают возрождать традиции досоветской России, обращаться к ее социокультурным истокам, что позволяет говорить о некой ностальгии по империи. Доказательство этому и то, что камертоном патриотизма православные авторы считают семью последнего российского императора Николая II. Из высказывания архиепископа Екатеринбургского и Верхотурского Викентия: «Православная вера для них (царской семьи – прим. авт.) лежала в основе

патриотизма, предательство и отчуждение еще недавно преданных людей не вызвали в их сердцах ненависти, а только горькое сожаление и молитву к Богу о спасении нашей страны». Продолжает мысль, но уже на страницах уральской православной печати, руководитель Отдела культурного наследия Екатеринбургской епархии А.Н. Черепанов: «Я прочитал материалы по канонизации (царской семьи – прим. авт.). И осознал невероятную ложь и клевету, которыми были окружены Царственные Стратотерпцы. Но когда шелуха отпадает, открывается образ великих и святых людей». Так, патриотизм присутствовал у членов царской семьи на уровне имманентной информации, что, в свою очередь, является непременным условием истинного отчизнолюбия.

Отдельной строкой в историческом направлении следует выделить тему «Великая Отечественная война». Упоминание героических подвигов прихожан и священнослужителей, а также акцент на вкладе веры и Церкви в победу – рефрен всего повествования. «Когда мы говорим о 9 мая, мы говорим о жертве, которую понес народ за Отечество, как о жертве во славу Божию. Недавно Святейший Патриарх говорил о том, что мы не всегда отдаем себе отчет в том, какое Божие чудо произошло в Великую Отечественную войну... Господь помог нам одержать победу» (Руководитель Отдела культурного наследия Екатеринбургской епархии Александр Николаевич Черепанов: «Традиционная русская культура – это не шоу»).

На лексическом уровне патриотизм в православных текстах выражается глагольно, причем акцент делается на созидательной деятельности. Это, в первую очередь, демонстрация активной позиции автора и героев материалов как деятельных патриотов («бережно сохранили и передали нам по наследству», «современная молодежь стремится *возродить* и *развивать* наследие народа», «народ за Божие дело *объединился*, *поднял*



ся, победил», «Россия, Украина и Белоруссия объединились в своих усилиях, чтобы отметить это поистине главное духовное и историческое событие нынешнего года (1025-летним юбилеем Крещения Руси – прим. авт.), «Молодежь объединилась!», «Строили (храм – прим. авт.), как говорится, всем миром: собирали средства, трудились не покладая рук, желающих участвовать в строительстве среди солдат было очень много!»), а также явный призыв для аудитории, приглашение ее к действию по отношению к своей стране и народу («будем трудиться на благо Родины», «Всем нам надо смотреть на труды наших предков и не ослабевать, а, может быть, делать даже больше, чем они когда-то. Такова наша участь: то, что когда-то сломали, разбили, уничтожили, нам нужно восстановиться...», «Будем укреплять нашу веру, будем жить ради Царства Божия и правды Его и любить Господа Бога Нашего всем сердцем своим, всей душою своею и всем разумением, а ближнего, как самого себя», «Мы обязаны уберечь от шельмования и искажения те фундаментальные духовные ценности, которые определяли путь русского общества и ради которых шли на смерть наши деды и прадеды»).

Как мы видим, патриотизм по свидетельству религиозных СМИ Урала, неразрывно связан с Церковью, причем авторы декларируют ее значение патетически («самое главное богатство, которое они (наши предки – прим. авт.) нам оставили, – это устремляющиеся золотыми куполами ввысь величественные храмы Божии», «Настанет день и Русь Святая, восставшая из долгого сна, вновь засияет тысячами златоглавых куполов и нальются ее безграничные просторы мелодичным и радостным звучанием колокольного перезвона», «Православие – это наши прародители, которые сообщили перспективу исторического развития не только Киеву, но и всему восточному славянству на тысячелетия вперед. Ничто так не объединяет людей, как единство веры. Религия несет с собой надежду, уверенность, единство, закон и цель – основы цивилизации...», «Будем верить, что ... в скором времени огромная армия церквей-офицеров будет стоять на защите нашего Отечества!»).

Возвышенная риторика слышится и при описании России. Художественные образы становятся стержнем авторского произведения, основой синтаксиса всего текста, причем используемые тропы приближают тексты православных СМИ не к профессиональной журналистской практике, а к стилю художественной литературы («Как велика и прекрасна наша Родина! С её могущественными и извилистыми полноводными реками, глубокими, простирающимися до горизонта, зеркально чистыми озерами, густыми, непроходимыми и изобилующими богатствами лесами, высокими до небес и неприступными обрывистыми горами, широкими, щедро украшенными разнотравьем полями и бескрайними, покрывающимися зимой белым пушистым снежным одеялом степными просторами»,

«Он (священник о. Павел – прим. авт.) похож на эдельвейс с толстыми ворсистыми листьями, обдуваемый ветрами, растущий на скудной горной почве. Иные цветы здесь погибают, а он – живой» и т. д.). Так, характерной особенностью православной прессы Урала является нагромождение длиннот – в лексической основе текста длинные предложения, усложненные для восприятия читателя множеством литературных метафор, эпитетов, сравнений.

Стоит заметить, что Родина в представлении авторов имеет четкие территориальные очертания и национальные границы, что подтверждается тождественными речевыми конструкциями – это «Россия возрождаемая», «многострадальная родная матушка», «наша Родина», «родное Отечество», «Россия-матушка», «Русь Святая», «Русь православная», «Русь великая», «русская земля», «родная земля», «великая держава», «любимое государство», «наше государство», «большая Родина», «Российская империя», «великая Россия», «наша страна», «наша великая русская земля», «необъятная Россия», «многонациональная Россия». Россияне в текстах представляются как «народ Божий», «наши предки», «ближние», «русские люди», «наши сограждане», «современные немощные христиане», «немощные и слабые люди», «наше общество», «земляки», «благочестивые предки», «русский народ», «братья и сестры», «народ-богоносец», «верующие», «мы, православные», «возлюбленные о Господе досточтимые отцы, дорогие братья и сестры», «дети Божьи». Так, словосочетание «русский народ» становится синонимом к слову «православные», что также говорит о неотделимости Церкви от общества и отождествлении РПЦ этих двух категорий.

Тезаурус уральских церковных СМИ включает и следующие частотные категории: добро-зло (злоба, злодеяния, озлобленное общество), время (в контексте нехватки времени на молитву), миссия, дом, зрение (взгляд, не видел, увидел, посмотрел, слепцы, слепорожденные, слепой-зрячий, невиданный, очи, видят, узрели, прозрение, смотрение), благо (благая, благоденствие, благосостояние, благословение, благополучие, благотворно, благочинный), вера (веруем, недоверие). Примечательно, что термин «патриотизм» практически не встречается в матрице текстов православных СМИ. Исключение составляет упоминание патриотического воспитания молодежи («Рождество Христово для воспитанников военно-патриотического клуба «Сургутский казачий кадетский корпус» – праздник особый», «Воспитание ребенка, особенно мальчиков, в нравственно-патриотическом духе невозможно без примеров русского богатырства», «сборы военно-патриотического объединения допризывной молодежи «Пересвет» и т. д.). В остальных случаях авторы невольно или сознательно избегают употреблять данный термин, заменяя его более прозрачным и однозначным «любовь к Родине».

Несмотря на то, что в текстах доминируют понятия любви, верности, милосердия по отноше-

нию к своей стране и согражданам, в официальных церковных СМИ можно найти источник и так называемых ура-патриотических настроений, когда русский народ позиционируется как самый значимый («мы – великий народ, великая страна, у нас огромные территории», «огромный русский мир»), а роль Русской Православной Церкви порой излишне возвеличивается («Русская церковь в беде не бросает», «Искренность и честность Церкви», «Церковь живет, радуется. Голодного накормит, болящего вылечит, бедному поможет»). В противовес, на контрасте активно конструируется образ «врага», такого источника зла, который разрушает сложившиеся устои Православия и губительно сказывается как на идеях патриотизма, так и на формировании иных нравственных ценностных ориентиров. Авторы констатируют (и это мы также находим на страницах уральской периодической печати), что нравственные коды современного общества сместились, что «наше время очень опасно. Сейчас нередко стараются низвергнуть остатки ценностей православия и русскости. Уничтожить и дискредитировать нашу веру», «Жизнь сейчас трудная, – пишет «Югра православная», – шквал устрашающей информации расшатывает и без того хрупкое равновесие».

Исследователи средств массовой информации, в частности, А.А. Данилова, утверждают, что конструирование образов «мы» и «они» (оппоненты), то есть разделение мира на две полярные категории – довольно частое явление в журналистской среде. Введение подобного противопоставления характерно, как правило, для тоталитарного дискурса, и нередко встречается, например, в текстах советских СМИ. На практике данное разделение присутствует и в материалах современной православной периодической печати как особой категории изданий, отличающейся собственной идеологической установкой, стабильной концептуальной основой.

Обобщенность в текстах выражается лексически и эмоционально («Все мы, общенациональная скорбь, наши близкие, родственники, русские люди, наш дом, мы являемся одним целым», «наш народ, духовно единый и в большинстве своем православный»). Для описания действий категории «мы» православные авторы, как правило, выбирают слова с нейтральными или положительными коннотациями (например, «мы все должны вкладывать усилия в нравственное возрождение на земле Уральской»). Для номинации действий «противника» – более эмоционально-окрашенное слово или слово, имеющее отрицательные коннотации («методы врага рода человеческого», «идет война духовная», «дьявольское дело», «мерзкие и злобные создания», «в советское время в 1936 году храм был закрыт безбожниками... кой резкой и лавинообразной метаморфозе нравственности человеческой души, которая в одночасье смогла развернуться диаметрально противоположно от спасительных тропинок вечности»). В ходе исследования

были выявлены основные категории, которые позиционируются официальными церковными СМИ Урала как деструктивные субъекты.

1. **Терроризм** (терроризм воспринимается как «война против России, против русского народа, против нравственных представлений о добре и зле», террористические акты как «акты зла», а террористы как «злодеи» и «бандиты»).

2. **Секты и другие религиозные объединения** («Шквал сект – это распад и государства, и общества в целом», «Раздробить народ – вот цель», высказывание Владыки Феофана: «Существует Русская Православная Церковь, а всяческие автономии – это результат нераскаянности во грехах»).

3. **Телевидение и другие СМИ** («винегрет добра и зла», «из телевизора в дом проникает насилие, порнография и невежество», «Агрессия либеральных СМИ против Церкви и Патриарха все растет», «бойтесь отдать детей телевизору и улице бесконтрольно», «Важнее всего продать и развлекаться»). В то время как религиозные СМИ оцениваются с положительной точки зрения, представляются как созидательный пример («Альтернатива – показ по телевидению научных, исторических, художественных и религиозных каналов»).

4. **Советская власть** («лютые времена», «темные силы ополчились на нашу несчастную Родину и устами злых и чуждых нам людей опоганили, осквернили душу народную», «сатанинской ложью омрачили народный разум», «безбожники», «Безбожная советская власть», «жестокое годы богоборья и лихолетья», «наша Церковь устояла перед натиском врага», «бурелом», «богоборческие власти», «один из самых трудных и трагических периодов истории нашей страны», «тяжелое время атеизма»).

Разделение на категории «мы» и «они» достигается не только использованием оценочной лексики, но и с помощью визуальных средств. Например, в композиционной структуре текстов присутствует яркий иллюстрационный материал (фотографии). В материалах о «вражеских» действиях фотографии носят деструктивный характер, изображая негативные стороны поведения «врага» (например, фотография взрыва, плачущих людей при разговоре о терроризме). Данное утверждение становится неуместным при описании действий лиц, относящихся к категории «мы». Иллюстрации в данном случае носят положительный характер (детские лица, фото священнослужителей, прихожан, пейзажные зарисовки). Так, происходит сознательное невербальное манипулирование сознанием читательской аудитории, закрепление визуального образа, формирование общественного мнения на основе частного отношения сотрудников редакций православных СМИ к тем или иным явлениям, организациям, лицам.

Создание ассоциаций и стереотипов в отношении категорий «мы-они» строится посредством

знаковой системы, в частности с помощью многочисленных вопросительных конструкций. Вопрос становится стержнем всего текста («Какую идеологию мы можем противопоставить этому злу (терроризму – прим. авт.)? Какую идеологию выражает наше государство? С каких идейных и духовных позиций мы будем бороться с этим злом? Почему у нас до сих пор не сформулировано никакой нравственной программы, оправдывающей существование нашего государства, и, иными словами, – почему нет государственной программы добра?»). Данными вопросами задается и сам автор, и адресует их своему читателю. Таким образом, авторы акцентируют внимание аудитории над определенными аспектами, принудительно заставляя задуматься над выдвигаемыми авторами тезисами («На что рассчитывают эти бандиты? Какие цели они ставят?» (о терроризме), «провокация (врагов св. Церкви – прим. авт.) против Церкви или Божие поущение маловерам?»). Используется авторами в тексте и другая знаковая система, например, многоточие. Это может быть как обозначение логического или содержательного разрыва в тексте, либо передает затрудненность речи, вызванную большим эмоциональным напряжением, многозначительность сказанного, подтекст, а также прерывистый характер речи, указывает на сознательно пропущенные слова и т. п.

Следует отметить, что рассмотренные материалы пропитаны субъективизмом. Нескрываемая частная позиция автора, его открытое высказывание в положительном или негативном ключе о выбранной теме лишает аудиторию взвешенного, всестороннего анализа ситуации, объективного, непредвзятого подхода, возможности самостоятельно сделать выводы, а не быть ведомым автором. Такое управление позицией аудитории, а также ее эмоциональное моделирование происходит посредством словесного пласта и иконических средств. В большей степени это характерно для приходских изданий, отличающихся малыми тиражами, отсутствием постоянных авторов и профессиональных кадров, а также некой творческой свободой (выбор тематики, содержания, жанров). Но нельзя сказать, что это повсеместное явление. В выгодном свете предстают крупные официальные епархиальные издания, в которых можно найти качественно подготовленные интервью, портретные зарисовки и другие материалы, в основу которых положен принцип объективности и непредвзятости. В них мы находим уже не только комментарии священнослужителей и частное мнение прихожан, но и высказывания представителей светской профессиональной среды (например, комментарий профессора Уральского государственного педагогического университета Станислава Погорелова о патриотизме: «Каждому гражданину нужно знать героев своей страны: героев

войны, труда, науки, искусства, праведников и святых. Уважать их, хранить память и брать пример. Это ориентиры нации. (...) Чтобы быть патриотом, надо знать свою страну от Калининграда до Владивостока, ее историю, природу, ее хозяйство, ее армию. Кроме того, надо быть глубоко погруженным в культуру России. Не в массовую псевдокультуру, не в субкультурные миры (эмо, готы, панки и др.), а в культуру подлинную – народную, классическую. Тогда человеку будет что любить и защищать». Или частное мнение бывшего губернатора Челябинской области Михаила Юревича: «Наша область имеет богатое историческое наследие. Его надо сохранить для будущих поколений. Я уверен, что Челябинск в будущем может стать одним из крупных духовных центров Урала» и т. д.).

Патриотизм является базовой нравственной установкой для церковной прессы Урала, причем представлен он двумя вариантами – имперский (лояльность к империи) и национальный (любовь к нации). Будучи одним из ключевых содержательных элементов, патриотизм присутствует как в специально созданных рубриках, так и в общей текстовой матрице всех изданий. Авторы стремятся отстаивать идеи созидательного, деятельного патриотизма, призывая читателей любить свое Отечество и совершать ради нее и своих сограждан положительные действия, применяя по отношению к себе и людям заповеди Божьи. В качестве замечания следует сказать, что церковные СМИ Урала, претендующие на внимание и интерес со стороны не только верующей, но и светской аудитории, не используют весь потенциал русской культуры для формирования патриотических чувств. В то время как привлечение внимания к выдающимся именам в отечественной литературе, искусстве, спорте, написанные доступным светскому читателю языком и в просветительском, а возможно назидательном ключе поможет церковным СМИ не только расширить тематические рамки, но и вызвать у читателей чувство гордости за вклад нашего народа в мировую культуру, объединить поколения на основе единых ценностных маркеров.

#### Литература

1. Иванов, М. В России убыло любви к Родине / М. Иванов. – <http://www.kommersant.ru/doc/2346838> (дата обращения: 28.03.2014).
2. Ленин, В.И. Ценные признания Питурима Сорокина / В.И. Ленин // Полн. собр. соч. – Т. 37. – С. 188–197.
3. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви. – <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422> (дата обращения: 17.03.2014).
4. Политическая энциклопедия: в 2 т. / Нац. обществ.-науч. фонд; рук. проекта Г.Ю. Семизгин. – М.: Критика буржуазной идеологии и ревизионизма, 1999. – Т. 1. – 750 с.

5. Пресс-выпуск № 2187 «Сколько в России патриотов?». – <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113466> (дата обращения: 17.03.2014).

6. Тришин, В.Н. Словарь синонимов ASIS / В.Н. Тришин. – <http://dic.academic.ru/dic.nsf/>

[dic\\_synonims/113604/%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BC](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/113604/%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BC) (дата обращения: 02.03.2014).

7. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1987. – 590 с.

Сальникова Наталья Валерьевна, преподаватель кафедры «Средства массовой информации», Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), [nro@inbox.ru](mailto:nro@inbox.ru)

Поступила в редакцию 15 мая 2014 г.

---

**Bulletin of the South Ural State University**  
**Series "Linguistics"**  
**2014, vol. 11, no. 3, pp. 76–82**

---

## TO THE PROBLEM OF THE PATRIOTIC CONTENT OF THE CHURCH PERIODICALS OF THE URALS

*N.V. Salnikova, South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation, [nro@inbox.ru](mailto:nro@inbox.ru)*

Axiosphere of media products is the key point in the study of efficiency of modern religious media, determination of their place in the general journalistic system of Russia. Focusing on the formation of certain values of church-goers and trying to attract attention of the worldly reader, spectator, listener, Orthodox mass media of the Ural Federal district introduce four semantic axiological components in the conceptual basis of their media. They are love, mercy, family values and patriotism. When speaking about the latter authors try to defend the idea of imperial patriotism, encourage to bring back patriarchal foundations both into the state and into the family constructing the image of enemy. In the texts the concept 'enemy' contrasts with the generalized 'we' concept. Without trying to conceal techniques of manipulating consciousness authors actively use them in verbal and in non-verbal forms. These techniques are an active use of sign system, appeal to the supposed expert, emotional modeling by means of graphic elements, etc. The material for the analysis is more than one hundred titles of Ural mass media (2010–2013). This period is characterized by the active restoration of the system of the Orthodox mass media in the Ural Federal district, by a number of new religious printed products. The number and variety of media products can introduce vital ethical corrections into the consciousness of residents of the certain Russian region.

*Keywords: patriotism, Church mass media, love for the motherland, patriotic theme, huray-patriotism, imperial patriotism, image of enemy, emotional modeling.*

### References

1. Ivanov M. V Rossii ubylo lyubvi k Rodine [There was less love of motherland in Russia]. Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/2346838> (accessed 28.03.2014).
2. Lenin V.I. TSennye priznaniya Pitirima Sorokina [Pitirim Sorokin's valuable recognitions]. Complete set of works. Vol. 37, pp. 188–197.
3. Osnovy sotsial'noj kontseptsii Russkoj Pravoslavnoj Tserkvi [The basic social concept of Russian Orthodox Church]. Available at: <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422> (accessed 17.03.2014).
4. Politicheskaya ehntsiklopediya [The political encyclopedia] in two Vol. Vol. 1. The National social scientific fund; chief G.U. Semigin. Moscow, The critique bourgeois ideology and revisionism, 1999. 750 p.
5. Press-vypusk №2187 «Skol'ko v Rossii patriotov?» [Press-release № 2187 «How much the patriots in Russia?»]. Available at: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113466> (accessed 17.03.2014).
6. Trishin V.N. Slovar' sinonimov [The dictionary of synonyms ASIS]. Available at: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_synonims/113604/%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BC](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/113604/%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BC) (accessed 02.03.2014).
7. Filosofskij slovar' [The philosophical dictionary]. Editor I.T. Frolova. The fifth edition. Moscow, Politizdat, 1987. 590 p.

Nataliya V. Salnikova, Chair Lecturer, Mass Media, South Ural State University (Chelyabinsk), [nro@inbox.ru](mailto:nro@inbox.ru)

Received 15 May 2014