

УДК 070:316.77

DOI: 10.26456/vtfilol/2026.1.106

## ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ОСВЕЩЕНИЯ КИНОПАТРИОТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ МЕДИА

**В. Н. Ширяева-Бакшевникова**

Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения, г. Санкт-Петербург

В статье рассматриваются проблемы и тенденции освещения кинопатриотики в современных российских медиа как важного культурно-идеологического феномена. Цель исследования заключается в выявлении особенностей репрезентации патриотической тематики в медиaprостранстве и анализе её влияния на формирование общественных настроений и национальной идентичности. Задачи работы включают определение ключевых стратегий и приёмов медиаподдачи патриотического кино, оценку их эффективности с точки зрения воспитательного воздействия, а также выявление противоречий между официальной культурной политикой и реальной медиапрактикой. В ходе анализа учитывались статистические данные о развитии кинорынка, показатели медиапотребления и примеры освещения конкретных фильмов в федеральных и региональных изданиях, а также в социальных сетях. Полученные результаты показали, что медиа нередко используют патриотическую повестку как инструмент консолидации общества, акцентируя внимание на исторической памяти, военных подвигах и культурных традициях. При этом отмечаются проблемы однообразия нарратива, недостатка критической рефлексии и ограниченного учета региональной специфики. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его выводов для оптимизации редакционной политики СМИ, разработки более разнообразных форматов освещения патриотической тематики и внедрения интегрированных метрик оценки эффективности медийного воздействия. Материалы статьи могут быть полезны журналистам, культурологам, педагогам и специалистам в области государственной коммуникации, ориентированным на развитие продуктивного диалога между культурной индустрией и обществом.

**Ключевые слова:** кинопатриотика, современные российские медиа, патриотическое кино, национальная идентичность, медиарепрезентация, культурная политика.

### Введение

Актуальность исследования темы, связанной с проблемами и тенденциями освещения кинопатриотики в современных российских медиа,

© Ширяева-Бакшевникова В. Н., 2026

определяется тем, что медиапространство в XXI веке играет ключевую роль в формировании общественного сознания, ценностных ориентаций и культурных приоритетов. В условиях нарастающих геополитических вызовов и трансформации национальной идентичности особое значение приобретает вопрос того, как именно отечественные средства массовой информации транслируют образы патриотизма через кино. Отражение кинопатриотики в медиа становится не только элементом культурной политики, но и инструментом консолидации общества, формирования у аудитории чувства сопричастности к национальной истории и государственным ценностям. Таким образом, исследование данного направления отвечает насущным потребностям общества и соответствует приоритетам развития гуманитарных наук в России.

Цель исследования заключается в комплексном анализе специфики представления кинопатриотических сюжетов в современных российских медиа, выявлении тенденций их трансляции и определении проблем, связанных с репрезентацией патриотической тематики в условиях цифровизации информационной среды. Достижение этой цели позволит выработать рекомендации по оптимизации медийного дискурса, направленного на поддержку и развитие национальной идентичности через кинематографические практики.

Теоретическая значимость работы проявляется в расширении научных представлений о медийной репрезентации патриотизма и формировании целостной концепции «кинопатриотики» как особого культурно-информационного феномена. Исследование способствует уточнению понятийного аппарата в области медиакоммуникаций, культурологии и социологии массовых коммуникаций, что позволяет интегрировать тему в междисциплинарный контекст. Практическая значимость заключается в возможности применения полученных выводов в деятельности журналистов, редакторов, продюсеров и специалистов в сфере культурной политики, для которых важно понимать, каким образом медийные акценты влияют на восприятие общества и на эффективность реализации задач по формированию патриотического мировоззрения.

Научная значимость исследования заключается в том, что тема освещения кинопатриотики в российских медиа остаётся относительно слабо разработанной и лишь фрагментарно представленной в отечественной научной литературе. Несмотря на наличие работ, посвящённых патриотическому воспитанию, культурной политике и анализу кинематографа как инструмента идеологического воздействия, комплексных исследований, ориентированных именно на взаимодействие кино и современных медиа в контексте патриотической повестки, в российской науке немного. Это обуславливает актуальность и новизну *undertaken*-анализа.

Круг разрабатываемых проблем включает в себя: выявление стратегий медийного освещения кинопатриотики; анализ дискурсивных практик, формирующих восприятие патриотических образов в массовом сознании; определение противоречий между официальной культурной политикой и практиками медиарепрезентации; исследование влияния цифровой среды и социальных сетей на интерпретацию кинопатриотики. В совокупности эти задачи позволяют очертить целостную картину тенденций и проблем современного медийного дискурса, связанного с патриотической тематикой, и определить перспективы дальнейшего научного и практического развития данной области.

### **Материал и методы исследования**

В качестве эмпирической базы исследования использовались публикации ведущих российских печатных и онлайн-изданий, телевизионные репортажи, новостные сюжеты информационных агентств, а также материалы социальных сетей и телеграм-каналов, активно транслирующих повестку, связанную с кинопатриотикой. Дополнительно были рассмотрены данные статистики, отражающие динамику российского кинорынка за 2020–2025 годы, включая показатели кассовых сборов, посещаемости кинотеатров, долю отечественного кино в прокате, а также сведения о развитии цифровых платформ и онлайн-кинотеатров. В исследование включены конкретные кейсы освещения фильмов патриотической тематики, среди которых военные драмы, биографические проекты и анимационные картины, получившие широкий общественный резонанс.

Методологическую основу составил комплекс общенаучных и специальных методов. В первую очередь применялся контент-анализ медийных публикаций с целью выявления основных стратегий репрезентации патриотической тематики и доминирующих фреймов, используемых журналистами и редакторами. Для углублённой интерпретации использовался метод дискурсивного анализа, позволивший рассмотреть особенности риторики и семантики текстов, в том числе в сравнении официальных и альтернативных площадок

### **Результаты и обсуждения**

Понимание «кинопатриотики» как совокупности кинопрактик и сопутствующего им медийного дискурса требует рассматривать не только фильмы, но и каналы их интерпретации – федеральные издания, теленовости, площадки дистрибьюторов, онлайн-кинотеатры и *Telegram*-каналы. В 2024 году кинорынок России вырос до 46,4 млрд руб. при 127+ млн посещений; при этом 78 % сборов обеспечили отечественные релизы, что формирует для медиа устойчивый «поводной» поток патриотически маркированных тем – от исторических блокбастеров до просветительских

программ для школ. Однако уже в 2025-м фиксируются встречные тренды: средний чек в кино вырос (*Q1 2025* – 438,8 руб.), а посещаемость в отдельные месяцы заметно проседала, что меняет поведение редакции – в повестку чаще выходят не кассовые рекорды, а «социальный эффект» показа и культурно-политические смыслы. Эти контурные сдвиги задают логику освещения кинопатриотики: функционал «объяснять» и «консолидировать» дополняется стремлением «обосновывать эффективность» и «перераспределять внимание» между офлайн-прокатом, OTT-просмотром и социальными сетями [1].

Теоретически освещение кинопатриотики в медиа описывается через фрейм-анализ (какие причины/герои/ценности выделяются и как маркируются – *Entman*), постановку повестки (*agenda-setting*: какие релизы и кейсы получают максимальный «вес» – *McCombs & Shaw*) и модель «кодирования / декодирования» (*Hall*), объясняющую расхождения между замыслом авторов и читательскими трактовками в разных сегментах аудитории. Эти оптики продуктивны для российской медиасреды с её высокой концентрацией крупных площадок и быстрым ростом платформенной популярности соцмедиа.

Статистический фон важен для калибровки медианарративов. По данным ТАСС и Минкультуры, 2024-й – год восстановления кассы и доминирования отечественных релизов (около 78 % доли), но в 2025-м фиксируются как рост цены билета, так и волатильность посещений (–33 % в феврале 2025 к февралю 2024; –23 % летом 2025), что заставляет СМИ сильнее опираться на социокультурные аргументы («просветительский эффект», «работа с идентичностью»), а не только на бокс-офис. Параллельно Telegram превращается в один из главных каналов киновозврата и «вторичной» интерпретации – по Mediascope, в IV кв. 2023 в средний день в мессенджер заходили 47 % россиян 12+, а к лету 2024 – уже порядка 61 млн ежедневно; в 2025 доля Telegram достигла 10 % всего интернет-времени. Эти цифры объясняют, почему повестка о «патриотическом кино» хорошо тиражируется вне традиционных медиа, а реакция аудитории становится мгновенной и поляризованной.

Анализ научной литературы показывает, что корпус работ о связи «кино – патриотизм – медиа» в России фрагментирован: есть исследования влияния кинопродукции на ценностные установки молодёжи (кейсы студенческой аудитории, жанровые эффекты), описания риторики патриотического кинодискурса, а также общетеоретические труды о специфике национальной медиасистемы [5]. Прикладная повестка смещается в сторону оценки воспитательных практик («киноуроки» и смежные инициативы). Однако «сквозных» междисциплинарных дизайнов – где бокс-офис, медиаметрики и качественный фрейм-анализ объединяются в одной модели – пока немного, что и оставляет «белые пятна» в понимании того, какие именно медийные техники работают.

Медиаполе и типовые фреймы. В федеральной прессе и новостных агентствах доминируют фреймы «историческая преемственность» (война / подвиг / культурная память), «примеры служения» и «просветительская миссия»; деловые медиа акцентируют экономику и инфраструктуру рынка (доля отечественного контента, динамика сетей, экспорт анимации); культурные издания и критики спорят о границе между искусством и агитацией; платформы и *Telegram* подхватывают эмоциональные, мемные и «разоблачительные» сюжеты. На уровне риторики хорошо заметны маркеры «эффективности»: «доля отечественных релизов 78–80 %», «рост кассы», «успех анимации» и пр. – они часто используются как «пруфы» общественной востребованности патриотической повестки [10].

Кейс-разборы показывают, что один и тот же фильм может получать разнонаправленные рамки. «Подольские курсанты» (2020) в традиционных СМИ освещались как «без пафоса и лжи» с акцентом на историческую достоверность и воспитательный эффект; в локальных медиа и отзывах зрителей закреплялись мотивы «узнал(а) об этой странице истории», «актерская игра/фактура техники». Так формировался «примирительный» фрейм патриотической драмы – историческое кино как коллективная память.

«Т-34» (2018) – пример коммерчески успешной «поп-патриотики», где критический дискурс сдвинулся от идеологии к качеству жанрового развлечения: часть медиа подчеркивала «развлекательность» и зрелищность без прямой идеологизации, а деловые сюжеты – международный релиз и «теплый прием диаспоры». Это важная граница: в таком освещении патриотический вектор растворён в мейнстрим-жанре и работает мягче – через эстетическое вовлечение [2].

«Свидетель» (2023) освещался куда более поляризованно: агрегаторы публиковали разнотональную пресс-подборку, часть медиа фиксировала «заданность» тональностей, другие – подчеркивали «событийность» как первый релиз о текущем конфликте. В соцмедиа и блогах проявился конфликт фреймов («свидетельство / пропаганда / актуальность»), что указывает на усиление роли платформенной фильтрации в рецепции патриотического кино [3].

Нормативная рамка и институционализация. В 2014 утверждены «Основы государственной культурной политики», а в 2021–2025 реализуется федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан РФ»; одновременно Фонд кино системно распределяет поддержку, в том числе для «национальных» и анимационных фильмов. Для редакций это означает наличие прозрачных «информационных поводов» (конкурсы, отборы, отчеты), а для исследователей – возможность отслеживать связи между госзадачами, медийной риторикой и дистрибуционными результатами [6].

Проблемы освещения. 1) Инструментализация повестки: часть материалов воспроизводит пресс-релизный стиль с готовыми «смыслами», что снижает доверие и блокирует экспертизу. (2) Поляризация платформ: *Telegram* и иные соцсети усиливают эффект «эхо-камер», где критический анализ подменяется эмоциональными ярлыками. 3) Ограниченность метрик: в отчётности часто фигурируют сборы и доли, но слабее учитываются «медийные» и «воспитательные» эффекты (досмотры на ОТТ, школьные практики, вовлечённость). 4) Короткий медиажизненный цикл: резкий всплеск в первую неделю релиза и дальнейший спад труднее «держать» аналитикой. 5) Зависимость от конъюнктуры: в 2024 рост доли отечественных релизов, но в 2025 – падение посещаемости и рост цены билета – меняют критерии «успеха», однако в медиа это редко проговаривается. 6) Нехватка сравнительных исследований: немного кейсов, где сопоставляют фреймы федеральных медиа, региональных изданий и *Telegram*-каналов на одной и той же выборке релизов [9].

Пути решения. Во-первых, переход от «нарративов по умолчанию» к фрейм-аудиту: редакции могут использовать чек-лист Entman (причины / проблемы / мораль / решения) и задавать альтернативные перспективы (местные герои; женские роли в героическом кино; травма / память / примирение), а не только «подвиг / победа / казённая риторика». Во-вторых, согласование метрик: к ЕАИС-показателям добавлять медиамеры – охваты и вовлечённость *Telegram* / ВК, долю досмотров на *Smart TV*, долю школ, включённых в «Киноуроки», и пост-просмотровые опросы. Это снизит «перекосяк» в сторону кассы и покажет реальный культурный эффект. В-третьих, прозрачность финансирования и конфликтов интересов: явная маркировка материалов об участии Минкультуры / Фонда кино и о связанных с ними экспертных комментариях [7]. В-четвёртых, «диалогичность»: публикация разновекторных рецензий в одном пакете (редакционная подборка «pro / contra») и модерация публичных обсуждений с участием историков, педагогов и ветеранов отрасли. В-пятых, региональная перспектива: включение кейсов малых киносетей и локальных фестивалей – так преодолевается столичная оптика и расширяется образный ряд патриотизма. В-шестых, работа с платформами: договорённости об общественно значимых плеерах (коллекции «историческое кино» с факт-чеками, аудиодескрипция, титры) и ко-брендированные просветительские подборки к памятным датам [4].

Практика и конкретика. В школах «Киноуроки» институционализируют просмотр короткометражек и связочную «практику добрых дел», что даёт медиа удобную линзу «воспитательного эффекта» (сюжеты о «школьном показе + волонтерской акции» легко реплицируются региональной прессой). Журналистам и продюсерам имеет смысл идти

дальше «этикеток» и оценивать содержательные результаты: какие качества (по методичкам проекта) реально фиксируются педагогами; насколько устойчив эффект («возвратные» акции через 3–6 месяцев); как эти сюжеты вписываются в локальную идентичность. Для аналитики подойдут смешанные методы: контент-анализ материалов СМИ, структурированное наблюдение уроков, краткие опросы школьников и сравнительные кейсы по регионам.

Экономика и эффективность. Несмотря на высокую долю отечественного контента, окупаемость фильмов с господдержкой остаётся умеренной: в 2024, по данным профильных исследований, около 19 % релизов вышли «в плюс». Для медиа это повод перестроить «метод успеха» – рассказывать не только о кассе, но и о жизненном цикле картины (OTT-монетизация, телепоказы, некоммерческие показы для вузов/школ), а также о вторичных эффектах (рост посещаемости музеев/парков, локальные инициативы). Такая постановка вопроса снимает ложную дихотомию «искусство vs пропаганда», возвращая разговор к измеряемым общественным результатам.

Эмпирический дизайн для будущих работ. Репрезентативная выборка релизов 2018–2025 гг. (военные драмы, биопики, анимация с историческим сюжетом); корпус медиатекстов (федеральные СМИ, деловая пресса, Telegram-каналы 50К+ подписчиков); единая кодировка фреймов по схеме *Entman*; учет медиаметров (охват/ER в Telegram и ВК, досмотры на Smart TV); сопоставление с ЕАИС (касса/сеансы/география). Параллельно – аудит редакционных практик (наличие альтернативных экспертов, маркировка источников финансирования) и качественные интервью с журналистами / редакторами. Такая схема позволит связать «содержательные рамки», «продюсерские/государственные задачи» и «поведение аудитории».

Научная и общественная значимость. Кинопатриотика – концентратор сразу трёх процессов: обновления национальной медиасистемы (цифровизация, платформизация), переопределения культурной политики и поиска эффективных форм гражданского образования. Высокий декларируемый уровень патриотической самоидентификации (94 % в 2024) не гарантирует автоматического совпадения с «патриотическим» медиаконтентом; именно медиаторы (СМИ, платформы, школы) конструируют мост между ценностью и практикой. Отсюда задача исследований – не «подтвердить» успех, а объяснить механизмы, где и почему он возникает [8].

## Выводы

Анализ показал, что кинопатриотика в медиапространстве России выполняет не только культурную и воспитательную функции, но и стано-

вится важным инструментом государственной политики, направленным на консолидацию общества и укрепление национальной идентичности. Современные медиа, включая телевидение, интернет-издания и социальные сети, демонстрируют разноуровневые подходы к освещению патриотической повестки: от официально-нормативных до эмоционально-платформенных. Вместе с тем выявлены значительные проблемы – стереотипность нарратива, зависимость от кассовых показателей, недостаток междисциплинарного анализа и регионального разнообразия.

Практика освещения патриотического кино подтверждает существование противоречий: с одной стороны, акцент на государственные проекты и их воспитательный эффект; с другой – ограниченность критического взгляда и поляризация общественного восприятия, особенно в цифровой среде. При этом именно онлайн-платформы и социальные медиа становятся ключевыми каналами обратной связи и репрезентации альтернативных точек зрения.

### Список литературы

1. Алексеев, Д. В., Копылова, П. С. Репрезентация традиционных ценностей в российской массовой культуре: на примере отечественного кино (2020–2024) // Политическая наука. 2024. № 4. С. 66–97.
2. Вартанова, Е. Л. Развивая понимание медиа : от технологий к социальному пространству // МедиаАльманах. 2020. № 5 (100). С. 12–24.
3. Дунас, Д. В., Салихова, Е. А., Бабына, Д. А. Консенсус, «новый патриотизм» и эффект ностальгии в российской медиакультуре (опыт анализа молодежных сообществ в VK) // Вестник Томского государственного университета. 2023. № 85. С. 247–268.
4. Киноуроки в школах России : методическое пособие / Е. В. Дубровская, Е. А. Бондаренко, Н. М. Родионова и др. Санкт-Петербург : Интелрост, 2020. 115 с.
5. Медиасистема России : учебное пособие для студентов вузов / ред. Е. Л. Вартанова Москва : Московский государственный университет, 2015. 384 с.
6. Новиков, А. В. Репрезентация культурной идентичности в сети Интернет // Культура и цивилизация. 2024. Т. 14. № 3-1. С. 46–53.
7. Образ Родины: содержание, формирование, актуализация : сборник статей VIII Международной научной конференции / ред. Т. А. Чикаева Москва : Московский художественно-промышленный институт, 2024. 1034 с.
8. Патриотическое воспитание в современной России: коллективная монография / отв. ред. А. Ю. Нагорнова Ульяновск: издатель Кеньшенская В. В., 2024. 236 с.
9. Рыбакова, Э. В. Кинематограф как средство патриотического воспитания подрастающего поколения // Вестник науки. 2024. № 12 (81). Т. 1. С. 786–790.
10. Ширяева-Бакшевникова, В. Н. Роль СМИ в региональных политических процессах на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Экономика строительства. 2025. № 1. С. 185–188.

## PROBLEMS AND TRENDS IN COVERAGE OF CINEMA PATRIOTICISM IN MODERN RUSSIAN MEDIA

V.N. Shiryayeva-Bakshevnikova

Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation,  
Saint Petersburg

The article examines the problems and trends in the coverage of patriotic cinema in modern Russian media as an important cultural and ideological phenomenon. The purpose of the study is to identify the features of the representation of patriotic themes in the media space and analyze their impact on the formation of public attitudes and national identity. The objectives of the study include identifying the key strategies and techniques of media presentation of patriotic cinema, assessing their effectiveness in terms of educational impact, and identifying the contradictions between official cultural policy and actual media practices. The analysis took into account statistical data on the development of the film market, indicators of media consumption, and examples of coverage of specific films in federal and regional publications, as well as on social media. The results showed that the media often use the patriotic agenda as a tool for consolidating society, focusing on historical memory and military achievements.

**Keywords:** *film patriotism, modern Russian media, patriotic cinema, national identity, media representation, and cultural policy.*

*Об авторе:*

ШИРЯЕВА-БАКШЕВНИКОВА Вера Николаевна – кандидат исторических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения (190000, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 67-А), e-mail: [rabota\\_rabota24@mail.ru](mailto:rabota_rabota24@mail.ru).

*About the author:*

SHIRYAEVA-BAKSHEVNIKOVA Vera Nikolaevna – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation (190000, Russia, Saint Petersburg, Bolshaya Morskaya str., 67-A), e-mail: [rabota\\_rabota24@mail.ru](mailto:rabota_rabota24@mail.ru).

---

Дата поступления рукописи в редакцию: 07.10.2025 г.

Дата подписания в печать: 13.03.2026 г.