

мастацтва : матэрыялы навуковай канферэнцыі прафесарска-выкладчыцкага складу Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў, прысвечанай Году культуры ў Рэспубліцы Беларусь (Мінск, 24 лістапада 2018 г.) / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў. – Мінск, 2018. – С. 35-39.

2. Дударенко, В. Инстаграм как способ манипуляции общественным сознанием // Hotel Advisors [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hoteladvisors.ru/>. – Дата доступа: 06.03.2021.

3. Пищальникова, М. А. Фотография на социальную тему в Instagram // Век информации (Сетевое издание), 2019. – Т.3. – № 3(8). – Июль, 2019.

Кисляч А. О., студент 208 группы
Научный руководитель – Песецкая Т. И.,
кандидат физико-математических наук, доцент

ПАТРИОТИЗМ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

В условиях глобализации и политических изменений, как отмечают в своем исследовании Рональд Инглхарт, Кристиан Вельцель [1], «рельеф» культурных ценностных паттернов той или иной нации, народа, населения региона, страны претерпевает большие трансформации. Данная статья посвящена анализу трансформации ценности патриотизма, на основе данных культурологических исследований, осуществляемых в рамках программы World Values Survey и доступных на онлайн ресурсе worldvaluessurvey.org.

В своем исследовании Беляева Е.В. отмечает полисемантическую природу понятия «патриотизм», зависимость его смысла от личной интерпретации [2, стр.11]. Анализ контента 214 эссе студентов БГУ, проведенный ею, выявил, что наиболее упоминаемыми контекстами патриотизма являются «защита своей страны и самопожертвование» – 57%, а также «любовь к

родине» – 51%. В толково-словообразовательном словаре Т.Ф. Ефремовой «патриотизм» объясняется как «любовь к своему отечеству, преданность своему народу и ответственность перед ним, готовность к любым жертвам и подвигам во имя интересов своей Родины» [3, с. 978]. Таким образом, в качестве индикатора ценности «патриотизм» в нашем исследовании был выбран вопрос «Готовы ли вы сражаться за свою страну, если потребуется?» опросника программы World Values Survey. На наш взгляд ответ на данный вопрос аккумулирует и степень любви к отечеству, и готовность к самопожертвованию во имя его интересов. Однако следует подчеркнуть, что отрицательный ответ на поставленный вопрос не означает отсутствия любви к отечеству, а лишь является индикатором степени силы любви.

На рисунке 1 представлены результаты обработки ответов, полученных в седьмой волне программы World Values Survey 2017-2020 годов. Можно увидеть, что высокий уровень патриотизма в наибольшей степени характерен тем странам и культурам, где в последние 100 лет шли процессы геополитического противостояния и самоидентификации культур, как, например, в странах Азии – регионе, который является лидером по готовности сражаться за свою страну с процентом ответа на поставленный вопрос выше 73%: Вьетнам – 96%, Иордания – 94%, Кыргызстан – 93%, Бангладеш – 90%, Китай – 89%, Индонезия – 86%, Пакистан – 86, Грузия – 85%, Таджикистан – 80%, Армения – 80%, Малайзия – 79%, Тайвань – 77%, Ирак – 77%, Турция – 76%, Филиппины – 76%, Иран – 73%. Исключение составляют Гонконг – 53%, территории которого были переданы Великобританией Китаю в 1997 году, и Япония – 13%, геополитические стратегии которой тесно согласованы с внешней политикой США. В Японии ситуацию также усугубляет то, что послевоенные поколения японцев росли при конституции, запрещающей стране иметь вооруженные силы.

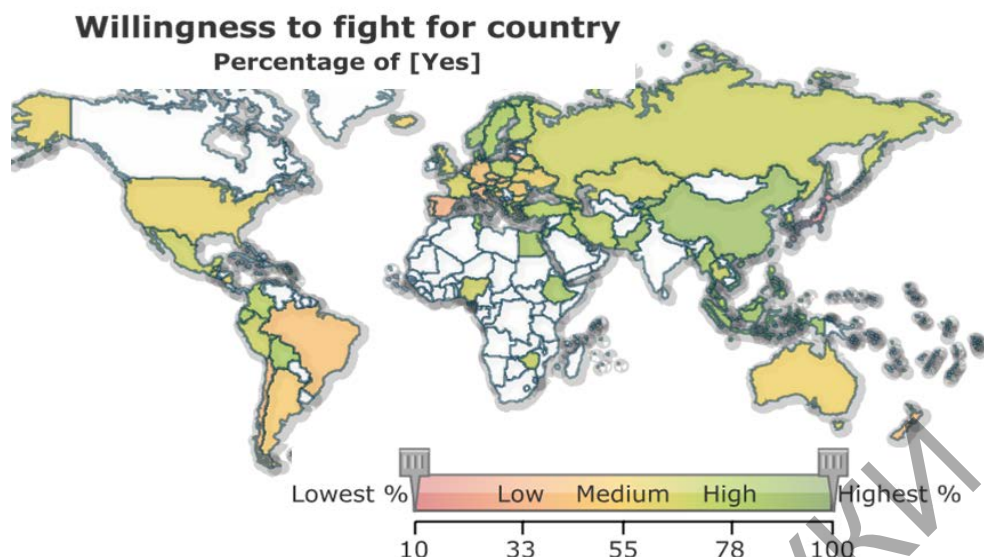


Рисунок 1 – Готовность защищать отечество (World Values Survey)

Рассмотрим факторы, влияющие на уровень патриотизма во Вьетнаме, стране с наибольшим количеством положительных ответов на вопрос о готовности защищать родину. Первый фактор – это затяжные войны и конфликты внутри страны и за её пределами, которые длились долгие годы. Второй фактор – акцент на патриотизм со стороны государства. Премьер министр страны постоянно подчеркивает важность патриотизма, особенно сейчас, в тяжелые для всех времена. Чувство патриотизма там прививается с детства, благодаря родителям и преподавателям в учебных заведениях, ценится служба в армии.

Что касается стран Европы, то средний уровень положительных ответов на поставленный вопрос достигает 55%. Для Беларуси это – 65,1%, что выше среднего значения по Европе. Это по большей части связано с историей страны в целом и событиями второй мировой войны в частности. Героическая история страны преподается в школах, на уроках демонстрируются различные фильмы о героизме белорусского народа в 40-ых годах, проводятся грандиозные празднества 9 мая – День Победы, и 3 июля – День независимости Республики Беларусь. Всё это влияет на воспитание ценности «патриотизм» у белорусов. На рисунке 2 приведены данные World Values Survey по возрастам, из которых можно сделать

вывод, что с большей готовностью в защиту страны выступают граждане среднего поколения и с меньшей - молодого.

		Готовность защищать страну					
		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 и более
Да	65,1	61,7	60,3	67,1	68,5	72,8	57,9
Нет	14,7	26,1	14,6	10,4	14	11,7	16,9
Не знаю	16,5	12,2	20,9	16,6	14,4	11,8	21,8
Нет ответа	3,7	0	4,2	5,9	3,1	3,7	3,3
(N)	1,548	155	321	285	280	285	222

Рисунок 2 – Готовность защищать Беларусь, распределение ответов по возрасту

Стоит также отметить, что разнятся ответы городских и сельских жителей Беларуси. Готовы защищать страну 62,2% городских жителей и 73,6% сельских. Один из факторов такой разницы связан с тем, что в деревнях и поселках живут по большей части люди пожилого возраста и у них воспоминания о войне ещё достаточно живы. Даже если они были детьми в это время, рассказы родителей пробудили в них достаточно мощное чувство патриотизма, которое они, в свою очередь, передают своим детям и внукам.

Можно сравнить, как изменялись ответы граждан Республики Беларусь с 1989 года по настоящее время. С 1989 по 1993 гг. ответ «Да» дали 79% жителей, с 1994-1998 и с 1999-2004 – 74% и 72% соответственно. С 2005 по 2009 исследования в Беларуси не проводились, а вот уже с 2010 по 2014 год ответ «Да» дали 60% жителей страны и с 2017 по 2021 – 65% населения. Такое падение уровня готовности защищать страну обусловлено и развалом СССР, который воспринимался белорусами единой страной и падением советской идеологии, где воспитанию патриотизма придавалось большое значение в системе образования. Также это можно связать с начинающимися гражданскими волнениями внутри страны, падением «железного занавеса» и тяготением части населения к европейским ценностям, где как видно из результатов опроса, представленного ранее, «готовность защищать свою страну» является актуальной ценностью менее чем для 55% европейцев. Еще один фактор, который, как мы считаем,

оказывает влияние на сложившуюся тенденцию – это увеличивающийся разрыв между военным поколением и современным.

В заключении сравним Беларусь и Китай. Согласно результатам исследования World Values Survey обе страны достаточно схожи в культурно ценностном контексте. На рисунке 3 можно наблюдать изменения тенденций готовности защищать родину в двух странах.

Как в Беларуси, так и в Китае идет снижение готовности защищать отечество. Однако если в Китае эти изменения колеблются в среднем в районе 85%, с разбросом в 9%; то для Беларуси в районе 70% с разбросом в 19%. В Китае правительство делает большой упор на патриотизм. Китайские идеологи разработали целую программу преподавания, акцентирующую воспитание данной ценности у населения. По всей стране появились «базы патриотического воспитания». Также в стране делается упор на прошлые войны и освободительные движения в Китае. Китайское правительство стоит на позиции не допущения национального унижения, как во времена колонизации страны, настаивая на важности ценностей патриотизма. В стране с размахом празднуется большее количество патриотических праздников. Стоит отметить, что в Беларуси подобных мероприятий также много, что помогает удерживать достаточно высокий уровень патриотизма граждан.

Belarus						
	1989–1993	1994–1998	1999–2004	2005–2009 гг.	2010–2014	2017–2020 гг.
Нет	7%	10%	13%	-	17%	15%
да	79%	74%	72%	-	60%	65%
Не знаю	14%	16%	11%	-	18%	17%
Нет ответа	-	-	4%	100%	5%	4%
(N)	1,015	2,092	1,000	1,500	1,535	1,548

Китай						
	1989–1993	1994–1998	1999–2004	2005–2009 гг.	2010–2014	2017–2020 гг.
Нет	2%	6%	3%	9%	19%	10%
да	93%	89%	90%	80%	74%	89%
Не знаю	4%	4%	1%	10%	3%	-
Нет ответа	0%	-	6%	1%	3%	1%
(N)	1,000	1,500	1,000	1,991	2300	3036

Рисунок 3 Готовность защищать страну, временные интервалы для Беларуси и Китая

В заключение отметим, что на уровень готовности защищать отечество, который является одним из ведущих индикаторов патриотизма, влияет геополитика страны (например, в этом контексте сильно разнятся страны Европы и Азии), идеология, наличие острых военных и гражданских конфликтов на территории стран в последнее столетие.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инглхарт, Р. Модернизация, культурные изменения и демократия/ Рональда Инглхарт, Кристиан Вельц. – М: Новое издательство, 2011. – 463 с.
2. Беляева, Е.В. Интерпретация патриотизма в сознании студенческой молодежи / Е.В. Беляева. – Науч. труды Акад. управления при Президенте Респ. Беларусь. – Вып. 7. – Минск : Акад. управления при Президенте Респ. Беларусь, 2006. – С. 146-157.
3. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / Т.Ф. Ефремова. – М.: Русский язык, 2000. – 1233 с.

Кишкевич Д. П., студент 302 группы
Научный руководитель – Белокурская Ж. Е.,
кандидат филологических наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ЛИЧНОСТИ В СФЕРЕ БЕЛОРУССКОГО ШОУ-БИЗНЕСА

Шоу-бизнес (англ. Show business) — это коммерческая деятельность в сфере индустрии развлечений, один из самых перспективных и востребованных секторов арт-индустрии, цель которого максимальная капитализация и получение прибыли от коммерческой деятельности [5]. Одной из характерных черт шоу-бизнеса является его развлекательный