

Роль СМИ в формировании патриотического сознания российской молодежи: социально-философский аспект

С.А. Сорокин

Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ)

ssa.ru@mail.ru

Как в теоретическом, так и в практическом плане проведен анализ актуальной проблемы формирования патриотического сознания российской молодежи под воздействием средств массовой информации. По принципу единства исторического и логического рассмотрены тенденции, определяющие деятельность средств массовой информации, направленную на развитие духовно-нравственной жизни российского общества, а также специфика влияния этих тенденций на культурные ценности. Описаны механизмы искажения ценностной ориентации современной молодежи и намечены пути оптимизации в формировании идеалов.

Ключевые слова: средства массовой информации; общественное сознание; патриотическое сознание; информационные клише; патриотическое воспитание.

The role of the media in shaping the patriotic consciousness of Russian youth: a socio-philosophical aspect

S.A. Sorokin

Moscow State University of Railway Engineering (MIIT)

ssa.ru@mail.ru

Both in theoretical and practical terms, author has carried the analysis of the urgent problem of the formation of the patriotic consciousness of Russian youth under the influence of the media. Based on the principle of historical and logical unity, the trends that determine the activities of the media aimed at the development of the spiritual and moral life of Russian society, as well as the specifics of the influence of these trends on cultural values, are considered. The mechanisms of distortion of the value orientation of modern youth are described and ways of optimization in the formation of ideals are outlined.

Keywords: mass-media; public consciousness; Patriotic consciousness; information cliches; Patriotic education.

Научно-техническая революция второй половины XX века привела к бурному развитию коммуникационных технологий, позволяющих эффективно и быстро распространять информацию. Инновации дали возможность институту СМИ выйти на качественно новый виток развития, создать

мощнейшие информационные потоки, которые оказывают сегодня серьезное влияние на общество. При этом стоит отметить, что за 20 лет XXI века было произведено больше информации, чем за предыдущие тысячелетия, и эта динамика приобретает лавинообразный характер [1].

Интенсивное развитие масс-медиа определяет две ярко выраженные тенденции в духовной жизни современного российского общества. Одна из них — стремление различными СМИ поднять уровень патриотического сознания, в особенности у молодежи, используя при этом все многообразие видов и жанров массовой культуры и молодежной субкультуры. При создании соответствующего этой цели материала СМИ опираются на позитивный художественный образ, духовные и нравственные ценности в искусстве.

Другая тенденция достаточно зримо выражается в том, что традиционные культурные ценности российского общества начинают «размываться» и утрачивают свое аксиологическое значение. Так, еще Р.Г. Яновский в монографии «Патриотизм» отметил: «Радио, телевидение, пресса, новые информационные технологии уже перекрывают и трансформируют воздействие таких традиционных факторов формирования духовного мира личности, как семья, школа, учитель, священник, библиотеки и т. д. Они непрерывно усиливают свое мягкое давление и влияние (softpower) на психику человека, его образовательный и культурный потенциал, личное поведение и жизненные интересы» [2, с. 311]. Все это способствует, в значительной степени, преобразованию целостной системы ценностей личности, подвергающейся регулярным воздействиям СМИ, в набор переменчивых стереотипов.

В современных условиях эффективность воздействия на общественное сознание и степень оптимизации влияния на социальные процессы зависит, прежде всего, от уровня управления информационными потоками. Необходимо превращать их в действенный инструмент регулирования процессов формирования массового сознания и духовных ценностей, как в отдельных социальных группах, так и в обществе в целом.

Усиление влияния информационных потоков в России приводит к глубинному изменению ценностных ориентиров личности и формирует новые тенденции развития культурных процессов. В таких условиях систематизировать и усваивать полученный

объем информации становится сложной и трудоемкой задачей, особенно для молодежи. Учитывая это, средства массового воздействия, такие как пресса, книжные издательства, радио- и телеканалы, киностудии, интернет-сайты и социальные сети — применяют разного рода информационные клише, что позволяет рационализировать влияние на сознание индивида, на его ценностные ориентиры, чтобы добиться максимального эффекта в достижении целей подачи информации.

Социологические опросы, проведенные нами в районе Зюзино г. Москвы (в опросах участвовали 230 респондентов в возрасте от 14 до 18 лет), подтверждают, что подрастающее поколение россиян предпочитает отдавать свободное время просмотру телевизионных передач или контентов Интернета. Причем процент с каждым годом увеличивается: за экраном телевизора проводили время в 2009 г. 70 % участников опроса, в 2019 г. — 81%; отдавали предпочтение сети Интернет соответственно 61 % и 82 % респондентов.

Литература — один из важнейших способов коммуникации, средство образного выражения менталитета нации, одна из форм познания народом своей культурной самобытности. Она выступает своеобразным зеркалом общества, поскольку играет огромную роль в социокультурной идентификации личности, воспроизводстве образа нации, воспитании любви к Родине.

Еще в 2005 г. В.Г. Донской, Е.Ю. Ладенкова писали о том, что «из школьной программы по литературе выброшены такие важные для развития духовности, формирования патриотического сознания произведения, как «Молодая гвардия» А. Фадеева, «Сын артиллериста» К. Симонова, произведения древнерусской литературы». Писатели подчеркивали, что катастрофически сокращено количество басен И.А. Крылова, нет М.Е. Кольцова, «ужата» программа в части произведений Ф. Тютчева, А. Фета, Н. Некрасова, С. Есенина. По мнению Донского и Ладенковой, «имеет место тенденция незначительной востребованности молодыми читателями такой литературы» [3, с. 89—99].

При этом нужно отметить, что помимо классических произведений, для формирования патриотических взглядов у молодых читателей необходимы новые, современные произведения. Однако сегодня в отечественной литературе преобладают развлекательные жанры, в которых «герои» восстанавливают «справедливость», прибегая к насилию. Пропагандируются жестокость, культ наживы и потребления, эгоизм и безнравственность. Чем удачнее написаны подобные произведения (Л. Пучков «Привычка убивать», А. Троицкий «Шестьдесят смертей в минуту», А. Бушков «Ближе, бандерлоги!»), тем они опасней, поскольку эстетизируют насилие. Замещая литературу, ее эстетические и нравственные ценности, подобная «художественная продукция» как основа чтения становится своеобразным наркотиком, разрушающим этические нормы морали.

Наряду с этим негативным явлением необходимо отметить недостаток аксиологических функций СМИ: пропаганда подлинных духовных и культурных ценностей, традиционно присущих российскому обществу, заменяется псевдокультурой, а порой и антикультурой. На телеканалах преобладают негативные, мрачные, нередко порочные явления и факты. Например, в проекте НТВ «Звезды сошлись» поднимаются «злостные» темы о многоженстве, о разделе имущества известных артистов, об их внебрачных детях.

Вместе с тем содержание информации таких каналов, как «Россия. Культура», «Спас», «Звезда» способствует формированию верных представлений об истории России, ее культуре, о месте православия в духовной жизни общества.

Важно подчеркнуть, что значительное место в российской киноиндустрии занимает американская продукция. В большинстве этих фильмов героизируются и романтизируются образы американского солдата и американской армии, государственных деятелей Америки. При этом часто в жанре гротеск, в критическом, даже порочащем ракурсе изображают русскую армию, русского солдата, чиновника, простого гражданина («Солт»,

«Враг у ворот»). Ярким примером является фильм «Чернобыль», где граждане Советского Союза представлены как люди отсталые: солдаты — бесцеремонны и жестоки, руководители всех уровней — беспринципны и алчны, отказываются от общего блага ради собственных интересов. Исключение — американский фильм «К-19», в котором повествуется о подвиге советских моряков-подводников в период холодной войны.

Современный отечественный кинематограф, к сожалению, довольно часто дискредитирует советскую и российскую армию. Так, в фильме «Танки» испытательный пробег по родной земле представлен как рейд по вражескому тылу, а новая версия «А зори здесь тихие» извратила оригинальное содержание: девушки-зенитчицы здесь — жертвы сталинских репрессий и воюют вопреки воле. В фильме «Т-34» в угоду жанра экшен искажаются события военных лет. Более того, в киноленте «Сталинград», сюжет которой разворачивается в осажденном городе, романтизируется любовь русской девушки к фашистскому офицеру. Такие информационные клише, тиражируемые отечественными СМИ, формируют у подрастающего поколения негативные представления о нравственных качествах русского человека, о взаимоотношениях в советском обществе, ориентируют на бездуховность и антиисторизм в осмыслении героического прошлого нашей Родины.

В качестве противопоставления недостоверной исторической информации и противодействия ее негативному влиянию на молодежь отечественный кинематограф производит фильмы, героизирующие русского солдата («Брестская крепость», «Осовец», «Высота 220»). С этой целью выстроен хронотоп в фильме «Рубеж»: преуспевающий бизнесмен, готовый ради финансовой выгоды на любые действия, переносится во времени и пространстве на «Невский пяточок» в период ожесточенных боев за Ленинград. Главный герой видит подвиг людей в тяжелое для страны время, что приводит к переоценке его жизненных ценностей и изменению отношения к истории России

и героического русского народа. Президент России В.В. Путин, высказывая свое мнение об этом фильме, подчеркнул: «Вот такой способ выразить какую-то идею с помощью перемещения во времени, он используется далеко не в первый раз, и в мировой литературе неоднократно использовался, и в кинематографе, в том числе и в нашем, и в новейшее время. Вопрос не в самом этом способе, а вопрос, как это сделано. На мой взгляд, это сделано очень талантливо, выразительно, доходчиво. Это попадает туда, куда и хотели попасть — прямо в сердце. И в этом большая ценность работ подобного рода»¹.

Важно отметить, что характерной для современности проблемой является оскудение языка СМИ, особенно ориентированных на молодежь. Анализ содержания молодежных СМИ показывает, что основную тематику составляют сферы музыки и моды, различного рода интриги шоу-бизнеса, а иногда «околополитические» материалы скандального характера (см. в: [4; 5]). Стоит отметить, что подобные материалы стали основой различных ток-шоу на центральных каналах телевидения: «Секрет на миллион», «ДНК», «Время покажет», «Вечер с Владимиром Соловьевым». При этом утрачивается понимание правил приличия, целесообразности, соразмерности, уместности употребления тех или иных пластов лексики. Все это приводит к серьезным последствиям: к падению общей грамотности, уровня интеллекта, искажению реальности процессов, происходящих в обществе, деградации языка и культуры в целом [6].

Сегодня современные молодежные СМИ не ориентированы на решение задач по эстетическому воспитанию подрастающих поколений: молодежные газеты и журналы, радио и телевидение, театр и кинематограф чрезвычайно мало места уделяют пропаганде культуры и искусства народов России, классическим литературным произведениям, в том числе поэзии, драматургии. Без влияния культуры невозможно не только гармоничное развитие личности, но и полноценное включение ее в обще-

ственный процесс — в созидательную деятельность на благо государства и нации. Так, Р.Г. Яновский отметил: «Важной задачей культуры является формирование материального, физического и духовного облика гражданского общества и человека во всех его проявлениях...» [2, с. 470].

Патриотическое сознание молодых россиян сегодня претерпевает значительные изменения, что связано, прежде всего, с модификацией самого понятия Родины. Новая Россия является лишь частью того, что для старшего поколения было предметом любви — Родиной. Считают себя патриотами многие, но осознают, что надо подкреплять эту любовь конкретными делами, не все, что подтверждается социологическими исследованиями последнего десятилетия. По результатам опросов, проведенных в 2009 г. и 2019 г. в районе Зюзино г. Москвы, считают себя патриотами 57 % и 66 % старшеклассников соответственно, не считают — 22 % и 13 %, затруднились ответить на вопрос — 21 % участников (в 2009 г. и в 2019 г.) Между тем, если в 2009 г. 24 % старшеклассников ответили, что им безразлично, где жить, лишь бы им было хорошо, то в 2019 г. такое мнение имели только 17 %. Затруднились ответить 11 % и 17 % соответственно. Несмотря на то что количество желающих жить за границей сократилось, прослеживается тенденция к снижению уровня патриотического сознания молодого поколения россиян, к ослаблению чувства Родины, понятие «Родина» теряет значимость. Такое изменение позиции молодых респондентов вызывает тревогу.

Однако если проследить героическую историю России, можно констатировать подъемы патриотического сознания народа в тяжелые периоды социальных кризисов. Так, по мнению Ю.А. Огородникова, в современных условиях «возрождение патриотизма в России может быть вызвано тем, что граждане России устали от неопределенности идеалов, размытости основных ценностей ориентиров. А человек по своей природе

¹ Путин о фильме «Рубеж»: попадает прямо в сердце // РИА Новости: Культура. (18.01.2018 г.). URL: <https://ria.ru/20180118/1512867662.html> (дата обращения 19.02.2020).

испытывает потребность в опоре на высоко значимые ценности. Патриотизм выступает основой к сплочению российского народа, единению его перед угрозами времени» [7, с.75].

В связи с вышесказанным, важным условием в воспитании патриотизма у молодого поколения является объективное знание истории Отчества и представление его в учебной и массовой литературе и средствах коммуникации, в целях раскрытия безграничных богатств национальной культуры.

Современное российское образование опирается на стратегию вариативности. Поэтому в нем нет государственных программ, а соответственно, нет государственных единых учебников по предметам, программы носят преимущественно авторский характер. Если в Федеральный перечень учебников по истории, рекомендованных (допущенных) Министерством образования и науки к использованию в 2005—2006 гг., входило 109 книг [8], то в 2019—2020 гг. этот список сокращен до 88 книг [9].

Проследим тематическое содержание школьных учебников отечественной истории в современных исследованиях. Заметим, что статья «Школьные учебники истории и формирование патриотизма» Е. Скворцовой (2006 г.) содержит положение о том, что «содержание современных учебников отечественной истории с точки зрения установки на формирование патриотических убеждений школьников несет в себе негативные тенденции. В большинстве своем представления авторов учебников о собственной стране характеризуются отсутствием какой-либо общепринятой оценки и ограничиваются изложением чрезмерно большого количества фактов. Причем иногда это изложение содержит мифы, и даже искажения исторических событий, что может способствовать противостоянию старшеклассников по их ценностным ориентациям, связанным с восприятием отечественной истории» [10, с. 56—65].

Далее, в 2016 г. А.Г. Ховрина в статье «Черные дыры. В школьные учебники возвращается историческая память народа» отмечает, что «был выпущен ряд учеников, в

которых СССР представляется как невоюющий союзник Германии в начале Второй мировой, Красной Армией управляли бездарные полководцы, что не просто принижает роль Советского Союза в деле разгрома фашизма, а отодвигает его заслуги на последний план. Более того, в них утверждается, что основной вклад в победу над фашистской Германией внесли США и Великобритания» [11, с. 8—9]. Эти факты являются явной фальсификацией. Таким образом, на основании статьи Е. Скворцовой и А.Г. Ховриной можно сделать вывод, что в течение десятилетия ситуация с искажением отечественной истории в российских учебниках не изменилась.

В социологических опросах старшеклассников (место проведения — район Зюзино г. Москвы) мы исследовали актуальность использования в 2009 г. и 2019 г. наиболее популярных основных источников исторических знаний. Учебники для школ и вузов используются 22 % и 16 % респондентов (2009 г. и 2019 г. соответственно), сеть Интернет — 17 % и 18 %, кино и видеофильмы — 15 % и 13 %, теле- и радиопрограммы — 13 % и 11 % участников опроса. Анализируя данные опроса, можно сделать вывод, что доверие к учебникам как источникам исторической информации падает более быстро, чем к другим средствам получения достоверных данных.

Немаловажное значение в деле патриотического воспитания современной российской молодежи имеет отношение к героическому прошлому Вооруженных сил. Главным источником знаний о военной службе для молодых людей чаще всего являются СМИ. Достаточно длительное время российские СМИ негативно представляли Вооруженные Силы России: дезорганизация, дедовщина, небоеспособность, мародерство. Основные новости вызвали активное неприятие к службе в армии, что послужило резкому снижению популярности профессии военного, падению престижа российской армии в целом.

За последнее десятилетие в этом вопросе произошли положительные изменения,

в СМИ гораздо чаще стали появляться сообщения об улучшении жизни и быта военнослужащих, об активном проведении учений, повышении боеспособности Российской армии, принятии на вооружение новых образцов военной техники. Регулярно выходят в эфир телепередачи, посвященные армии: «Служу России», «Военная приемка», «Смотр», «Военная программа». В результате в обществе начинает преобладать позитивное отношение к Вооруженным Силам, возвращается былой престиж военной службы; как следствие, у молодых людей появляется уверенность в боеспособности армии.

Более того, в ходе IV Всероссийского фестиваля прессы «Медиа-Ас» (2018 г.) Министр обороны С.К. Шойгу поблагодарил российских журналистов за вклад в формирование престижа страны и армии: «Это профессиональная работа, за которую мы благодарны. Не только мы в Минобороны, но и наша страна. Надеюсь, что мы будем также плотно и тесно стоять в одном ряду во имя нашей страны ради того, чтобы ни у кого даже мысли не возникло подумывать, что они могут быть выше и сильнее нас»².

На этом примере мы видим, что вклад современных СМИ в военно-патриотическое воспитание российской молодежи существен. Наряду с учебными заведениями, общественными организациями, учреждениями культуры, органами государственной власти, СМИ является социальным инструментом формирования патриотического сознания молодого поколения россиян.

В целях сохранения традиционных для нашего общества духовных ценностей у подрастающего поколения органам государственной власти и другим государственным институтам необходимо налаживать более тесный контакт с различными СМИ, совместными усилиями создавать новые проекты, посвященные отечественной истории, культуре, выдающимся деятелям истории, народным героям.

Следующая задача — повышение требований к профессиональной и этической

подготовке журналистов и других работников СМИ, формирование личной ответственности за представляемую информацию. Выполнение этих задач, в свою очередь, должно способствовать повышению качества продукции теле-, радио- и киноиндустрии и печатной продукции, повлечь за собой объективное освещение как исторических, так и современных событий, т. е. подачу информации, содержащей взвешенные и аргументированные рассуждения. Это позволит более эффективно использовать возможности СМИ в сфере патриотического воспитания молодежи современной России.

Литература

1. *Шаев Ю.М.* Информационная избыточность и цифровой детокс в контексте онтологии коммуникаций // Гуманитарный вектор. 2018. № 13(2). С. 23—28.
2. *Яновский Р.Г.* Патриотизм = Patriotism: о смысле созидающего служения Человеку, Народом России и Отечеству / Ин-т соц.-полит. исследований РАН. М.: Книга и бизнес, 2004. 527 с. (Серия науч. и учеб. лит. «За Нашу и Вашу безопасность»).
3. *Донской В.Г., Ладенкова Е.Ю.* Литература как фактор патриотического воспитания подрастающего поколения // П.О.И.С.К. Вып. XI. М.: РИЦ ИСПИ РАИ, 2005. С. 89—99.
4. *Воробьева О.С.* Шоу для подростков как хаип-медиа (на примере шоу Нуре Самр) // МедиаАльманах. 2019. № 4. С. 57—69.
5. *Пономарева А.В.* Влияние СМИ на современную молодежь: «за» и «против» // Вестник Нижегородской Правовой Академии. 2017. № 13. С. 58—61.
6. *Бондаренко О.А.* Язык СМИ как отражение социальных перемен // Традиции и инновации в массовой коммуникации: материалы II регион. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубанский гос.ун-т, 2018. С. 19—26.
7. *Огородников Ю.А., Огородников А.Ю.* Ценностный фактор патриотического самоопределения // Самопознание русского народа: сборник науч. статей. М.: МГПУ, 2014. С. 59—79.
8. Об утверждении федеральных перечней учебников, рекомендованных (допущенных) к использованию в образовательном процессе в образовательных учреждениях, реализующих образовательные программы общего образования на 2005—2006 учебный год: приказ Министерства образования и науки РФ № 93 от 21.10.2004 г. Текст: электронный // КонсультантПлюс: сайт. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=343936#05678128182405267>
9. О федеральном перечне учебников, рекомендуемых к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных

² Шойгу поблагодарил российских журналистов за вклад в формирование престижа армии // ИТАР-ТАСС (26.04.2018 г.). URL: <https://tass.ru/armiya-i-opk/5162247> (дата обращения 19.02.2020).

программ начального общего, основного общего, среднего общего образования: приказ Министерства Просвещения РФ № 345 от 28.12. 2018 г. (ред. от 22.11.2019). Текст: электронный // КонсультантПлюс: сайт. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=141225808109888847599575901&cacheid=07655B8E00DAE4C9C5ED4F29A9A16858&mode=splus&base=LAW&n=339057&rnd=F121D78C4A167ED4715CE751D23116BE#5tikcz9z19s>

10. Скворцова Е. Школьные учебники истории и формирование патриотизма // Наука. Культура. Общество. 2006 г. № 5. С.56—65.

10. Ховрина А.Г. Черные дыры. В школьные учебники возвращается историческая память народа // Военно-промышленный курьер. 2016. № 22 (15—21 июня). С. 8—9.

9. О federal'nom perechne uchebnikov, rekomenduemyh k ispol'zovaniju pri realizacii imejushhих gosudarstvennuju akkreditaciju obrazovatel'nyh programm nachal'nogo obshhego, osnovnogo obshhego, srednego obshhego obrazovanija: prikaz Ministerstva Prosveshhenija RF № 345 от 28.12. 2018 г. (ред. от 22.11.2019). Текст: электронный // КонсультантПлюс: сайт. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=141225808109888847599575901&cacheid=07655B8E00DAE4C9C5ED4F29A9A16858&mode=splus&base=LAW&n=339057&rnd=F121D78C4A167ED4715CE751D23116BE#5tikcz9z19s>

10. Skvorcova E. Shkol'nye uchebniki istorii i formirovanie patriotizma // Nauka. Kul'tura. Obshhestvo. 2006 g. № 5. S.56—65.

11. Hovrina A.G. Chernye dyry. V shkol'nye uchebniki vozvrashhaetsja istoricheskaja pamjat' naroda // Voennopromyshlennyj kur'er. 2016. № 22 (15—21 ijunja). S. 8—9.

Поступила 14.02.2020

Сорокин Сергей Александрович — аспирант кафедры философии, социологии и истории Российского университета транспорта, РУТ (МИИТ) (127994, ГСП-4, г. Москва, ул. Образцова, д. 9), ssa.ru@mail.ru

Submitted 14.02.2020

Sorokin Sergey A. — post-graduate student of the Department of philosophy, sociology and history of the Russian University of transport, RUT (MIIT) (127994, GSP-4, Moscow, Obraztsova str., 9), ssa.ru@mail.ru

References

1. Shaev Ju.M. Informacionnaja izbytochnost' i cifrovoy detoks v kontekste ontologii kommunikacij // Gumanitarnyj vektor. 2018. № 13(2). S. 23—28.

2. Janovskij R.G. Patriotizm = Patriotism: o smysle sozidajushhego sluzhenija Cheloveku, Narodam Rossii i Otechestvu / In-t soc.-polit. issledovanij RAN. M.: Kniga i biznes, 2004. 527 s. (Serija nauch. i ucheb. lit. «Za Nashu i Vashu bezopasnost'»).

3. Donskoj V.G., Ladenkova E.Ju. Literatura kak faktor patrioticheskogo vospitanija podrastajushhego pokolenija // P.O.I.S.K. Вып. XI. M.: RIC ISPI RAI, 2005. S. 89—99.

4. Vorob'eva O.S. Shou dlja podrostkov kak haip-media (na primere shou Hype Camp) // MediaAl'manah. 2019. № 4. S. 57—69.

5. Ponomareva A.V. Vlijanie SMI na sovremennuju molodezh': «za» i «protiv» // Vestnik Nizhegorodskoj Pravovoj Akademii. 2017. № 13. S. 58—61.

6. Bondarenko O.A. Jazyk SMI kak otrazhenie social'nyh peremen // Tradicii i innovacii v massovoj kommunikacii: materialy II region. nauch.-prakt. konf. Krasnodar: Kubanskij gos.un-t, 2018. S. 19—26.

7. Ogorodnikov Ju.A., Ogorodnikov A.Ju. Cennostnyj faktor patrioticheskogo samoopredelenija // Samopoznanie russkogo naroda: sbornik nauch. statej. M.: MGPU, 2014. S. 59—79.

8. Ob utverzhdenii federal'nyh perechnej uchebnikov, rekomendovannyh (dopushhennyh) k ispol'zovaniju v obrazovatel'nom processe v obrazovatel'nyh uchrezhdenijah, realizujushhих obrazovatel'nye programmy obshhego obrazovanija na 2005—2006 uchebnyj god: prikaz Ministerstva obrazovanija i nauki RF № 93 от 21.10.2004 г. Текст: электронный // КонсультантПлюс: сайт. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=343936#05678128182405267>