

Немчинова Ирина Павловна

магистрант

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ МЕДИА НА ФОРМИРОВАНИЕ ПАТРИОТИЧЕСКИХ УСТАНОВОК СРЕДИ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ

Аннотация: в статье рассматривается специфика формирования патриотизма в молодежной среде одним из основных институтов воспитательной деятельности — медиа. Были проанализированы новые медиа как актор воспитания патриотических ценностей, поскольку происходит внедрение новых технологий, более популярными среди молодежи становятся именно новые медиа.

Ключевые слова: патриотизм, молодежь, новые медиа, медиа, патриотические ценности.

Патриотизм на сегодняшний день является базовой ценностью, способной не только определить жизненные стратегии молодого человека, но и стать прочным заслоном от деструктивных идеологических влияний. Вопрос о влиянии современных медиаканалов на формирование патриотизма молодежи России сегодня стоит довольно остро, поскольку именно они способствуют формированию ценностей у молодых россиян. За последние десятилетия масс-медиа стали полноправным институтом социализации личности. Именно медиа демонстрируют образцы поведения, паттерны, формируют ценностные установки. Но в чем особенность воспитания патриотических ценностей среди молодежи в медиа?

Средства массовой информации и коммуникации, литература, искусство должны играть позитивную роль в сфере патриотического воспитания, формировать у подрастающего поколения активной жизненной позиции, закреплять в сознании образ патриота как носителя общественных идеалов.

Медиа делятся на два отдельных блока: традиционные форматы и новые медиа. Первые – это печатные издания, телевидение, радио, все медиаплощадки, которые существовали до внедрения Интернета.

Рассмотрим традиционные форматы. В 30-ые годы «советские фильмы, музыка, литература того времени – всё, что окружало молодого советского человека было пропитано духом героизма» [1]. Отечественная публицистика того времени дала немало образцов таких материалов. Вся страна с волнением следила за судьбой участников арктической экспедиции с ледокола «Челюскин», который был затерт льдами, и экипажу пришлось высадиться на льдину. Газеты писали о героических летчиках, летавших спасать челюскинцев [2].

В предвоенное время с помощью газет проводилась военно-патриотическая пропаганда. На страницах изданий писалось о необходимости быть бдительными, о том, что нужно быть готовыми встать на защиту Родины в любой момент. Многие публикации внушали читателям мысль о несокрушимой мощи и исключительной боевой готовности Красной Армии. А во время самой Великой Отечественной войны число периодических изданий значительно уменьшилось. Однако писатели-публицисты А. Толстой, М. Шолохов, Н. Тихонов, М. Шагинян, Б. Горбатов, К. Симонов, Л. Леонов и другие начали писать о войне для изданий. Они создали сильные произведения, убеждавшие людей в грядущей победе, поддерживавшие веру и уверенность в несокрушимость нашей армии, рождавшие в них патриотические порывы. В первые годы войны эти произведения звали людей на защиту отечества, на преодоление препятствий и лишений, на борьбу с врагом.

Сегодня СМИ также уделяет значительное внимание патриотической тематике, например, на радиостанции «Звезда» выходит цикл передач «Моя Россия», в которых рассказывают о заповедных местах и самых отдаленных уголках России [3]. Следует отметить появившиеся в последние годы документальные кинопроекты, способствующие патриотическому воспитанию, такие как «Алтарь победы», «Севастопольские рассказы», цикл авторских передач «Кто мы?» Феликса Разумовского. К памятным датам таким, как 400-летие династии

Романовых, день отречения от престола Николая II, 100 лет Октябрьской Революции выходят различные документальные фильмы по 1 каналу, телеканал «Культура» также особое внимание уделяет воспитанию любви к своей стране. В эфире канала выходят не только документальные киноленты, а также театральные постановки. Сегодня они играют значительную роль, кинотеатры нашей страны стали показывать постановки ведущих театров страны. Однако и самому кинематографу уделяется особое влияние. С каждым годом выпускается все больше художественных фильмов, рассказывающих об истории нашей страны, главных героях. Такими примерами могут стать киноленты «Легенда №17», «Викинг», «Время первых», «Гагарин. Первый в космосе». Хотя эталоном советского патриотизма остаются картины про войну, которые постоянно транслируются 23 февраля, 9 мая, 21 июня.

Однако, как было отмечено ранее, происходит внедрение новых форм медиа, появляются новые медиа. И на сегодняшний день наиболее популярными среди молодежной аудитории становятся новые медиа. Сегодня в Ростовской области молодежь в своем большинстве (84%, а по Ростову 93%) ежедневно использует Интернет [4]. В основном их времяпрепровождение занимают социальные сети и посещение различных интернет-порталов. В связи с этим, можно сказать, что Интернет предоставляет новые формы и возможности для традиционных занятий молодежи в свободное время. Выделим основные площадки новых медиа: информационные порталы, блогосфера, социальные сети, мобильные приложения. Каждая медиаплощадка отлична, рассчитана на разную аудиторию, предполагает разную степень увлеченности [5]. Исследуем медиапроекты каждой платформы, начиная с информационных порталов.

Информационное агентство России «ТАСС» разрабатывает различные спецпроекты: «Парад Победы» и «1917. Столкновение с бездной», «Спасибо деду за Победы», «История российской мультипликации», «Покорители космоса». Медиапроекты направлены на улучшение знаний по истории своей страны, ее культуры. Проект «1917. Свободная история» представляет собой возможность узнать историю событий, происходивших 100 лет назад, от имени

главных героев того времени. Интернет-портал «Научная Россия» рассказывает о научных открытиях, сделанных в России, предоставляет лекции, интервью. «Культура.рф» портал, который предоставляет пользователю статьи о кино, театральные постановках, архитектуре, литературе и музыке России.

Мы проанализировали представленные интернет-порталы и пришли к выводу, что большинство интернет-порталов тесно взаимодействует с другими медиаплощадками, создавая мобильные приложения, официальные группы в социальных сетях. Помимо этого, пользователю предлагается авторизоваться на сайте благодаря чему он будет больше вовлечен в медиапроект (новостная рассылка, возможность комментирования, составление подборок, прохождение тестов).

Помимо этого, блогеры и известные медиаличности участвуют также в мероприятиях патриотической направленности, новых медиапроектах, акциях, активно рассказывают о своей позиции и тем самым призывают своих подписчиков следовать их примеру. Например, в проекте «Месяц май» знаменитости, блогеры экранизируют истории своих родственников, прошедших войну, в формате мини-фильмов.

Также Google Россия запустил проект «Живая память» – это самый большой онлайн-архив писем Великой Отечественной войны, открытый для всеобщего прочтения, собранный российскими пользователями за 3 года. Для привлечения внимания к проекту популярные личности воспроизводят читают письма военных лет. А среднее количество просмотров роликов на Youtube с прочтением фронтовых писем равняется 25000.

Мы проанализировали ранее описанные проекты на предмет направленности проекта и интеграции с различными площадками в новых медиа (интернет-портал, блогосфера, социальные сети, мобильные приложения). Данное исследование показало, что большинство проектов активно используют не только одну, а несколько медиаплатформ для своего продвижения. За счет этого проекты обретают популярность, значимость и охватывают наибольшее количество молодой аудитории, которая является активным пользователем представленных

площадок. Получается, что молодежь постоянно вовлечена в среду, где ценности патриотизма подкрепляются с разных направлений: культуры, истории, семьи, образования [6].

Со всем вышеизложенным, можно сделать вывод, что медиа как институт воспитания патриотических ценностей имеет многоуровневый подход. Однако социализации молодежи больше происходит за счет новых медиа. С одной стороны, медиаплощадки Интернета обеспечивают усиление эффекта от проведения патриотических мероприятий. Помимо этого, некоторые акции находят новое отражение в интернет-пространстве, вовлекая больше молодежной аудитории. А благодаря трансформации проектов в Интернет-пространство, человек оказывается постоянно вовлеченным в систему патриотического воспитания. С другой стороны, в новых медиа реализуется множество Интернет-проектов, которые интегрируются на разных медиаплощадках, привлекают лидеров мнений, которые привлекают интернет-пользователей к вопросам патриотизма. Поскольку это понятие неоднородно, воспитание ценностей патриотизма среди молодежи происходит в различные направления: научное, историческое, культурное, военное, семейное.

Список литературы

1. Черкунова Н.В. Формирование образа героя в 1930-е гг. в СССР как способ военизации сознания молодежи // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. – 2012. – №27.
2. Козлова М.М. История отечественных средств массовой информации: Учебное пособие. – Ульяновск, 2000.
3. История отечественного телевидения. Взгляд исследователей и практиков. Учебное пособие / Под ред. Г.А. Шевелева. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 160 с.
4. Волков Ю.Г. Социологический портрет молодежи Ростовской области: Коллективная монография. – Ростов н/Д.: Март, 2012. – 342 с.

5. Карякина К. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. – 2010. – Вып. 1.

6. Пастухов А.Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2015. – №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-granitsah-media-novye-media-i-novaya-mediynaya-kultura> (дата обращения: 18.12.2016).