

Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values <https://liberal-journal.ru>

2024, №2, Том 8 / 2024, No 2, Vol 8 <https://liberal-journal.ru/issue-2-2024.html>

URL статьи: <https://liberal-journal.ru/PDF/02PLLD224.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Ракитский, М. В. Медиапродукт как инструмент патриотического воспитания молодежи / М. В. Ракитский, С. П. Шорохова // Либерально-демократические ценности. — 2024. — Т. 8. — № 2. — URL: <https://liberal-journal.ru/PDF/02PLLD224.pdf>

**For citation:**

Rakitsky M.V., Shorokhova S.P. Media product as a tool of patriotic education of youth. *Journal of liberal democratic values*. 2024; 8(2): 02PLLD224. Available at: <https://liberal-journal.ru/PDF/02PLLD224.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 32.019.51

**Ракитский Михаил Викторович**

Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, Москва, Россия  
Магистр факультета международных отношений и геополитики  
Член «Союза журналистов России»  
E-mail: [tv.mrak@yandex.ru](mailto:tv.mrak@yandex.ru)

**Шорохова Светлана Петровна**

Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, Москва, Россия  
Декан факультета международных отношений и геополитики  
Заведующий кафедрой политических процессов и технологий  
Кандидат философских наук, доцент  
E-mail: [orator3@yandex.ru](mailto:orator3@yandex.ru)

## Медиапродукт как инструмент патриотического воспитания молодежи

**Аннотация.** В данной статье даются определения таким важным и основополагающим в воспитании молодежи терминам как «патриотизм», «патриотическое воспитание» и «медиапродукт». Приводятся статистические данные потребления медиаконтента подрастающим, молодым и взрослым поколением. Рассматривается роль медиапродукта и его характеристики в контексте патриотического воспитания, определяются государственные институты, основной задачей которых стала пропаганда патриотизма в молодежной среде. Изучается вопрос о том, как повысить уровень патриотизма индивида, общности, нации. Исследуются некоторые из жанровых векторов медиапродуктов, способных оказать влияние на целевую аудиторию: музыкальный, литературный, кинематографический и креативный. При проведении специальной военной операции Россией вопросы патриотического воспитания приобретают важное, если не сказать, общенациональное значение, для их решения формируются федеральные программы, государство предоставляет творческую свободу лидерам общественного мнения, которые создают образовательные и просветительские медиапродукты, что позволяет увеличивать качество воспитательного контента. Стоит заметить, что в сети Интернет, на фоне увеличивающегося спроса на материалы о любви к Родине, наблюдается популяризация ресурсов патриотической направленности, где любой пользователь сможет найти нужный ему контент: стихотворения, литературные произведения, музыкальные композиции, кинематограф и т.д.

**Ключевые слова:** патриотизм; патриотическое воспитание; молодежь; Интернет; медиапродукт; СВО

Общеизвестно, что большой патриотизм начинается с малого – с любви к тому месту, где живёшь, считал русский советский писатель и драматург Л. М. Леонов [2]. В середине XX века основной платформой патриотического воспитания молодежи являлась периодическая печать, художественная литература и кинокартины. С развитием информационных технологий важную роль в этом деле стало играть радио и телевидение. Сегодня преобладающим средством массовой коммуникации справедливо считается сеть Интернет. По данным Mediascope, в апреле 2022 Интернетом в России пользовалось 80% населения в возрасте старше 12 лет или 97,5 млн человек. В среднем россияне ежедневно проводят в интернете 3 часа 40 минут, при этом основная доля времени интернет-потребления приходится на мобильные устройства. В самой младшей возрастной группе, от 12 до 17 лет, время, проводимое в интернете, достигает 6 часов в день. С увеличением возраста аудитории время интернет-потребления снижается, в старшей возрастной группе (65+ лет) оно составляет 1 час 14 минут<sup>1</sup>.

На фоне роста аудитории Интернета коммерческие и государственные структуры, что называется, постепенно «уходят в сеть». Во всемирной паутине осуществляется продажа традиционных товаров – покупатель имеет возможность, не выходя из дома, приобрести нужный ему продукт, пользователь может, не включая телевизор, ознакомиться со всеми мировыми новостями, а представители молодежи – потреблять контент, который принято называть медиапродуктом.

Медиапродукт – это результат процессов функционирования системы массовых коммуникаций, порождающий виртуальную реальность информационных пространств, и направленный на удовлетворение информационных потребностей массовой аудитории [6, с. 50–55].

Безусловно, правительственный аппарат для достижения цели воспитания и формирования гражданского общества, в том числе и привлечения к государственным процессам подрастающего поколения и молодежи, использует современные средства популяризации провластного курса среди указанной аудитории посредством медиапродукта.

Филолог Н. Г. Войченко выделяет следующие базовые характеристики медиапродукта:

- массовость – ориентация на многочисленную аудиторию;
- периодичность – своевременная доставка информации потребителю;
- тиражируемость – возможность многократного повторения;
- постоянство структуры – наличие определённых «законов жанра» для некоторых медиапродуктов [1].

Для популяризации медиапродуктов в сети Интернет используются следующие площадки:

- информационные порталы;
- социальные сети;
- видеохостинговые ресурсы;
- стриминговые сервисы.

---

<sup>1</sup> Интернетом в России пользуются 80% населения старше 12 лет // Mediascope. — URL: <https://mediascope.net/news/1460058/> (дата обращения: 01.04.2024).

Данные порталы в современных реалиях задают тенденции (так называемые тренды), определяют виды мировоззрения, типы поведения, способы восприятия, реакции. Медиапродукт используется в качестве воспитания умственного, нравственного, эстетического и, разумеется, патриотического. Прежде, чем мы приступим к рассмотрению конкретных медиапродуктов, задействованных в духовно-нравственном просвещении, стоит дать определение термину «патриотизм».

Интерпретаций этого понятия огромное количество, мы приведем лишь некоторые из них. В большом толковом словаре И. Л. Скворцова указано, что патриотизм – это любовь к своему Отечеству, преданность своему краю, народу, своему делу [5, с. 576].

По мнению президента В. В. Путина, «патриотизм заключается в том, чтобы посвятить себя развитию страны, ее движению вперед»<sup>2</sup>.

В исследованиях П. М. Рогачева патриотизм понимается как базовая ценность «присущая всем сферам жизни общества и государства, являющейся важнейшим духовным достоянием личности, характеризующей высший уровень ее развития и проявляющейся в активно-деятельностной самореализации на благо Отечества» [3].

Заместитель председателя Комитета по патриотическому воспитанию Ассамблеи народов России О.А. Овсянникова интерпретирует термин «патриотизм» четырьмя определениями. В ее понимании, патриотизм – это искренняя и бескорыстная любовь гражданина к своей стране, ее многонациональному народу, уважительное отношение к культуре, традициям и историческому прошлому России. Патриотизм – это последовательная и твердая защита законных интересов и прав всего российского народа и каждого гражданина, национально-государственных интересов нашей страны. Патриотизм – это реальные действия, направленные на достижение благополучия каждого гражданина России и всей страны в целом. Патриотизм – это любовь к Родине, преданность своему Отечеству, стремление служить его интересам и готовность, вплоть до самопожертвования, к его защите [4, с. 24].

Актуальным остается важный вопрос о том, как повысить уровень патриотизма индивида, общности, нации. Поэтому государственные институты ставят для себя патриотическое воспитание одной из главных задач. В глоссарии паспорта федерального проекта «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» дано определение патриотическому воспитанию – это воспитание патриотической личности, характеризующееся развитием в гражданине фундаментальной личностной установки, которая определяет оценочную позицию человека по отношению к социокультурной действительности и мотивирует общественно значимую деятельность, в которой эта позиция выражается. Содержанием этой установки является неразрывная связь с историей, традицией, территорией и культурой своей страны, в целом и частном, то есть от уровня малой родины до великой Родины<sup>3</sup>.

Федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» запущен 1 января 2021 года, он направлен на обеспечение функционирования системы патриотического воспитания граждан Российской Федерации. В рамках проекта ведется работа по развитию воспитательной работы в образовательных организациях общего и

---

<sup>2</sup> Путин рассказал о национальной идее России // ТАСС. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/8438743> (дата обращения: 01.04.2024).

<sup>3</sup> Паспорт федерального проекта «Патриотическое воспитание Граждан Российской Федерации». — URL: <https://ipk.kuz-edu.ru/files/upload/2021/21.10.2021/patrioticheskoe-vospitanie.pdf> (дата обращения: 14.04.2024).

профессионального образования, проведению мероприятий патриотической направленности<sup>4</sup>. Согласно данным, указанным на сайте Министерства просвещения России, 24% граждан Российской Федерации вовлечены в систему патриотического воспитания, 1 660 000 человек участвуют во всероссийских, окружных и межрегиональных мероприятиях патриотической направленности, в том числе дети и молодежь, 3 000 000 детей вовлечены в деятельность Общероссийской общественно-государственной детско-юношеской организации «Российское движение школьников», 1 750 000 подростков осуществляют деятельность в детско-юношеском военно-патриотическом общественном движении «Юнармия». По замыслу законодотворцев эти показатели будут прогрессировать – программа рассчитана до конца 2024 года.

Уже сегодня большая часть россиян, девять из десяти, называют себя патриотами (91%), безусловными патриотами называют себя 52%, т. е. каждый второй<sup>5</sup>. Уровень патриотизма растет и в подростковой, и молодежной средах. В 2022 году 68% учеников средних и старших классов назвали себя патриотами России, как показывают исследования Института изучения детства, семьи и воспитания РАО. По сравнению с 2021 годом количество школьников-патриотов выросло на 11 п. п., отмечают исследователи. Доля тех, кто не считает себя патриотом страны, сократилась с 37 до 22%, но выросло число школьников, которые затруднились с ответом, – с 6 до 10%<sup>6</sup>.

Как уже было отмечено, молодежь является целевой аудиторией различных Интернет-ресурсов, она главный потребитель медиапродуктов, в том числе патриотического характера. Лидеры общественного мнения формируют привычки, задают тон поведения массы и транслируют нравственные установки в общество. В контексте проводимой Россией специальной военной операции задачи патриотического воспитания молодежи становятся ключевыми.

В рамках данной статьи рассматриваются некоторые из жанровых векторов медиапродуктов, способных оказать влияние на целевую аудиторию: музыкальный, литературный, кинематографический и креативный.

Пожалуй, главной патриотической песней за последнее время стала композиция исполнителя с псевдонимом Shaman (Ярослав Дронов) «Я русский» – в тексте отражена национальная идея, которая ложится в концепцию федеральной программы по патриотическому воспитанию граждан Российской Федерации. Актер Виталий Гогунский записал композицию «Россия», в тексте можно встретить следующую фразу – «а можно, Россия, остаться с тобой» – отсылка к релокантам, численность которых с началом СВО резко увеличилась. Композиция «Не вставай на колени» в исполнении Николая Носкова, Стаса Пьехи, Игоря Романова и Александра Иванова имеет патриотический характер, а в припеве встречаются следующие строки – «Даже если ты ищешь спасенья в днях жестоких, ни перед кем не вставай на колени, кроме бога». Данные композиции доступны на стриминговых сервисах (Яндекс.Музыка) и видеохостинговых платформах (YouTube, RuTube).

Современные поэты пишут массу стихотворений с патриотическим оттенком.

<sup>4</sup> Федеральный проект «Патриотическое воспитание» // Минпросвещения России. — URL: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/patriot/> (дата обращения: 14.04.2024).

<sup>5</sup> Патриотизм: мониторинг // ВЦИОМ. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/patriotizm-monitoring> (дата обращения: 14.04.2024).

<sup>6</sup> Две трети российских школьников считают себя патриотами России // Ведомости. — URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2022/09/15/940908-dve-treti-shkolnikov> (дата обращения: 14.04.2024).

Преподаватель Литературного института им. Горького Сергей Арутюнов уложил в несколько строф слова благодарности погибшим героям специальной военной операции «Мотороле» (Арсений Павлов) и «Гиви» (Михаил Толстых):

Только в списке, не нами изогнутом,  
Да пребудут во славе своей  
Имена, осиянные золотом  
На великое множество дней<sup>7</sup>.

Литературовед, доктор филологических наук и поэт Светлана Кекова написала стихотворение, в котором чувствуется критический посыл относительного происходящего на Украине:

В Киеве уже цветут каштаны,  
с мостовой дождями смыло кровь.  
Ты мне, друг, для каждой новой раны  
по свинцовой пуле приготовь.  
Кажется, что смыты все улики,  
в чистом небе носятся стрижи,  
но слышны над Украиной крики:  
«Москалей проклятых на ножи!»<sup>8</sup>.

Литературные произведения современных авторов доступны каждому пользователю Интернета, для их прочтения не предусмотрена авторизация, не взимается плата – поэзия приобретает характеристики медиапродукта и становится публичной, что позволяет донести нарратив до широких масс.

Телеканал Russia Today запустил литературный проект – «Поэзия Русского лета». Это сборник патриотических стихотворений, который включает в себя произведения нескольких авторов, как сообщается в аннотации к печатному изданию. В эту книгу вошли стихотворения и поэмы людей, которые с 2014 года создают новую русскую фронтовую поэзию. Их голоса пронизаны болью и горечью потерь, и в то же время упорной надеждой, мужеством и непоколебимой верой в торжество правды и победы добра над злом<sup>9</sup>. Среди них Александр Пелевин, Марк Лешкевич, Дмитрий Артис и др. На российском видеохостинге RuTube доступны записи с авторским прочтением материалов сборника, который сопровождается ассоциативным видеорядом. И если книгу можно только купить, то аудиовизуальный медиапродукт доступен в сети Интернет на безвозмездной основе.

Еще одного важного направления на рынке медиапродуктов придерживается отечественный кинематограф. Вот некоторые из последних работ. Кинокартина «Крым» (режиссер Алексей Пиманов) повествует о севастопольце Саше (роль исполнил Роман Курцын) и киевской журналистке Алене (ее сыграла Евгения Лапова): герои познакомились на полуострове, и в разгар событий, которые в СМИ называют «Крымской весной» (период вхождения Республики Крым в состав Российской Федерации), пытаются сохранить свои романтические отношения. В качестве главного лейтмотива ленты сценаристы выбрали идентичность человеческих ценностей, на которые не может повлиять политическая обстановка в регионе.

<sup>7</sup> Литературно-художественный портал: Сергей Арутюнов // InterArma. — URL: [https://interarma.ru/?page=sergey\\_arutiunov](https://interarma.ru/?page=sergey_arutiunov) (дата обращения: 14.04.2024).

<sup>8</sup> Литературно-художественный портал: Светлана Кекова // InterArma. — URL: [https://interarma.ru/?page=svetlana\\_kekova](https://interarma.ru/?page=svetlana_kekova) (дата обращения: 14.04.2024).

<sup>9</sup> Поэзия русского лета // Лабиринт. — URL: <https://www.labyrinth.ru/books/943011/> (дата обращения: 14.04.2024).

Фильм «Свидетель» (режиссер Давид Дадунашвили) описывает историю бельгийского музыканта Даниэля Коэна (роль исполнил Карэн Бадалов), который в конце 2022 года приехал с гастролями в Киев, события СВО отправляют героя ленты в поселок Семидвери, где он становится свидетелем драматических эпизодов, аморальных преступлений и кровавых провокаций со стороны ВСУ. По задумке сценаристов, на плечи главного персонажа ложится донесение правды до широкой аудитории.

Вероятно, самой популярной патриотической кинокартиной стала работа режиссерского тандема Максима Бриуса и Михаила Вассербаума «Солнцепек». Лента рассказывает о герое, который пытается вывезти свою семью из Луганской народной республики (действия разворачиваются в 2014 году, тогда ЛНР – самопровозглашённая республика) ради спасения на территорию России. Картина изобилует жестокими сценами, однако это не мешает, по мнению российского журналиста Евгения Поддубного, «учить порядочности и ответственности, фильм учит не предавать и защищать»<sup>10</sup>.

Каждая из картин дает целевой аудитории определенные установки: «у них» – бесчеловечное отношение к людям, аморальность, предательство, «у нас» – героизм, порядочность, патриотизм.

Если рассматривать музыкальные, литературные и кинематографические медиапродукты, то несложно заметить, что, потребляя их, целевая аудитория занимает пассивную позицию. Однако современные технологии позволяют прибегать и к активным методам воспитания – интерактивным.

В качестве интерактивного метода патриотического воспитания мож рассмотреть патриотический конкурс листовок «За своих» (организатор – политическая партия «Единая Россия»), участниками которого стали школьники и студенты. Согласно правилам мероприятия, конкурсантам предлагалось проявить свои творческие таланты и создать уникальное художественное произведение – патриотическую листовку в поддержку российских военных, принимающих участие в СВО. Победители определялись в следующих номинациях: «Самый остроумный мем на зарубежные фейки», «Самый яркий плакат в поддержку солдат», «Самый смешной лозунг на зарубежные новости» и «Лучшая карикатура». Стоит обратить внимание на иллюстрацию и постараться определить коннотацию, заданную конкурсантам в самих номинациях – три из четырех номинаций включают в себя априори отрицательное отношение к противнику, которое в последствии, вероятно, может стать внутренней установкой индивида (конкурсанта). Одна из номинаций сопровождается исключительным положительным подтекстом по отношению к российским военнослужащим, что тоже в будущем может отразиться на субъективном мировоззрении участников конкурса. Таким образом достигается элемент патриотического воспитания в контексте устоявшейся формулы «свой-чужой». Работы участников конкурса оцифрованы, что, фактически, придает им характеристики медиапродукта.

Стоит отметить, что для удобства пользователей Интернета запущены сайты-агрегаторы, где любой потребитель контента сможет найти подходящий для себя. Государственный ресурс «За нами правда» сконцентрирован на сборе и распространении патриотических медиапродуктов: стихотворений, видеороликов, мотивирующих картинок и т.д. По данным платформы, ее активные пользователи воспользовались формой и отправили почти восемь миллионов единиц контента, а участниками проекта стали более 250 тысяч человек. Кроме того, портал ведет разъяснительную работу, например, на главной странице

---

<sup>10</sup> Луганское пекло. О чём рассказывает фильм «Солнцепёк» // МИА «Россия сегодня». — URL: <https://ukraina.ru/20210814/1032058611.html> (дата обращения: 14.04.2024).

сайта разъясняются предпосылки для начала СВО: «Если бы Россия не начала специальную военную операцию, воевать бы пришлось на своей территории. Благодаря нашей Армии на улицах российских городов – спокойствие и мир!»<sup>11</sup>.

Из вышеизложенного можно прийти к следующему выводу: пропаганда патриотизма сопровождает пользователей Интернета на постоянной основе. Для патриотического воспитания задействуется большое количество ресурсов. В современных реалиях потребителю нет необходимости «искать» патриотический контент – о его доступности для целевой аудитории (молодежи в частности) позаботились лидеры общественного мнения и государственные институты. Стоит отметить, что работа в этом направлении ведется всё успешнее, о чем свидетельствуют статистические данные.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Войченко, Н. Г. Двойственная природа информационных медиапродуктов, их целевое назначение для читателей и для рекламодателей в условиях современного медиарынка / Н. Г. Войченко // Научный журнал байкальского государственного университета экономики и права. — 2014. — № 3. — С. 46–53.
2. Леонов Л. М. В защиту Друга: [О зеленых насаждениях] / Леонид Леонов. — Собинка: тип. Упр. по делам полиграфии и изд-в Владимирск. обл., 1948. — 15 с.
3. Рогачев П. М. Патриотизм и общественный прогресс. — М.: ИПЛ, 1974. — 280 с.
4. Российский патриотизм: основы и приоритетные направления развития: [сб. материалов] / Ассамблея народов России [и др.]; [под ред. Н. П. Комарова]. — М.: Московский дом национальностей, 2014. — 109 с.
5. Скворцов Л. И. Большой толковый словарь правильной русской речи: около 8000 слов / Л. И. Скворцов. — Москва: Оникс: Мир и Образование, 2009. — 1104 с.
6. Шестеркина, Л. П. От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ / Л. П. Шестеркина, Л. К. Лободенко // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». — 2014. — Т. 11. — № 3 — С. 50–55.

---

<sup>11</sup> Главная страница // За нами правда. — URL: <http://zanamipravda.ru> (дата обращения: 14.04.2024).

**Rakitsky Mikhail Viktorovich**

Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: [tv.mrak@yandex.ru](mailto:tv.mrak@yandex.ru)

**Shorokhova Svetlana Petrovna**

Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: [orator3@yandex.ru](mailto:orator3@yandex.ru)

## Media product as a tool of patriotic education of youth

**Abstract.** This article defines such important and fundamental terms in the education of young people as «patriotism», «patriotic education» and «media product». Statistical data on the consumption of media content by the younger, younger, and adult generations are presented. The role of the media product and its characteristics in the context of patriotic education are considered, state institutions are identified, the main task of which is to promote patriotism among young people. The question of how to increase the level of patriotism of an individual, community, nation is being studied. Some of the genre vectors of media products that can influence the target audience are explored: musical, literary, cinematic, and creative. When conducting a special military operation by Russia, issues of patriotic education acquire important, if not national importance, federal programs are being formed to solve them, the state provides creative freedom to public opinion leaders who create educational and educational media products, which allows increasing the quality of educational content. It is worth noting that on the Internet, against the background of increasing demand for materials about love of the Motherland, there is a popularization of patriotic resources, where any user can find the content, he needs: poems, literary works, musical compositions, cinematography, etc.

**Keywords:** patriotism; patriotic education; the youth; Internet; media product; special military operation