

Георгиевская ленточка как предмет дискуссий в СМИ

Рябушкина Ладина Геннадьевна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Гуманитарный институт, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия

E-mail: rladina@mail.ru

История Второй мировой войны - тема острых дискуссий в современном медиапространстве. Связано это с тем, что прошел достаточно длительный срок с момента ее окончания, очевидцев осталось мало, что позволяет мифологизировать событие, исходя из потребностей «заказчика». Этот пример показывает, каким образом фактический материал претерпел искажение с течением времени в массовом сознании. Мифы, в свою очередь, опираются на символику. Один из самых популярных символов ВОВ современности - это Георгиевская ленточка. Для возникновения любой дискуссии в масс-медиа необходимо, чтобы обсуждаемая тема была проблемной и затрагивала интересы многих людей. Появление акции «Георгиевская лента» стала тем самым событием, которое дало повод для возникновения многочисленных споров в общественной среде. Именно дискуссии вокруг этого символа Победы стали предметом нашего исследования.

Эмпирическим материалом нашего исследования стали публикации российских и украинских СМИ преимущественно за 2013-2014 год. В поисковых системах СМИ мы вводили хэштег «Георгиевская лента» и анализировали материалы. Всего было проанализировано около 100 публикаций как отечественных, так и украинских СМИ.

В результате проведенного исследования нами были получены следующие выводы.

Во-первых, мы определили, что «специфика дискуссии детерминирована типологическими характеристиками СМИ» [1]. Определяющими для дискуссии являются «организационно-правовая форма, регион распространения и информационная политика СМИ» [2].

Во-вторых, исходя из понимания информационного повода - «события, послужившего отправной точкой для появления журналистского материала, повлекшее за собой массовое обсуждение в различных слоях общества» [3], - мы выделили следующие потенциально дискуссионные блоки в современных СМИ, касающиеся Великой Отечественной войны, чаще всего становящиеся объектами дискуссий:

- героизм солдат советской армии, освободителей и защитников осажденных городов: «Аджимушкайские каменоломни: Защитники Керчи ели траву, слизывали воду со стен, задыхались от газа, но не сдались» («Комсомольская правда» от 8.05.2014), «500 километров памяти» («Российская газета» от 8.05.2014);

- оказание участникам войны необходимой помощи: «День Победы в современной латышской культуре» («Суббота» от 9.05.2014);

- сохранение памяти о войне: «Что для вас 9 мая?» («Открытая» от 9.05.2014),

- патриотическое воспитание молодежи: «Кого раздражает георгиевская ленточка» («Комсомольская правда» от 8.05.2014), «Георгиевская ленточка - за победу?» («Выборгские ведомости» от 9.05.2014);

- переоценка событий Великой Отечественной войны: «Победить и выжить!» («Голос Армении» от 9.05.2013),; «Георгиевская лента или мак?» («Вести Украины» от 8.05.2014);

- внешняя политика Сталина: «Сталинизм: Русские пришли, как спасители, но не были таковыми» («Die Welt» от 9.05.2013), «Освобождение Киева и постсоветское кощунство»

(«Glavred» от 9.05.2013).

В-третьих, изучив контент российских СМИ, нам удалось выяснить, что в медиасреде России присутствуют медиа, как поддерживающие акцию «Георгиевская лента», так и относящиеся к ней нейтрально и негативно.

Анализ контента украинских СМИ показал, что в медиасреде Украины практически отсутствуют материалы, поддерживающие распространение акции как на территории страны, так и за ее пределами.

Подводя общий итог, необходимо сказать, что дискуссии в СМИ - это мощный инструмент для обсуждения наиболее острых проблем, которые необходимо поднимать в обществе время от времени, потому что, только общаясь с оппонентами, можно прийти к консенсусу. Для СМИ создание дискуссионного поля - это одна из важнейших задач, однако в погоне за рейтингами они не должны нарушать этико-правовые нормы.

Источники и литература

- 1) Акопов А. И. Периодические издания / А. И. Акопов. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 2004.
- 2) Ковалевская В.В. Информационная политика издания// Том 24 (63). 2011 г. №2. Часть 2. С.283-288, – М.:Аспект Пресс, 2011.
- 3) Сергеев Е.Ю. Учебная газета: теория и методы создания- СПбГУСЭ.: - Санкт-Петербург, 2010.