

Эксперты рекламного рынка также обращают внимание на культивирование материальных стандартов в современных рекламных образцах. По их мнению, рекламные стратегии подчеркивают успех, конкуренцию и потребление товаров как главные ценности, в то время как традиционные ценности, такие как семейные отношения, любовь и забота о здоровье, часто отходят на второй план.

В ходе анализа результатов социологического исследования было выявлено, что 82% опрошенных постоянно пользуются Интернетом, тогда как чуть более 10% выходят в сеть не чаще одного раза в неделю. Традиционно популярными носителями рекламной информации остаются телевизионные проекты (около 60%) и наружная реклама (чуть более 20%). Реклама в сети Интернет, несмотря на большое количество пользователей, является менее популярной (чуть более 10%) и опережает лишь периодические издания, которые утрачивают свою популярность у молодежной аудитории с развитием технологий.

Результаты исследования показали, что Интернет востребован среди молодежи для поиска досуговых мероприятий, новостных материалов, а также для приобретения товаров и услуг. Более 60% опрошенных отметили, что Интернет служит им источником коммуникаций через социальные сети и источником развлечения (например, просмотр онлайн-фильмов или спортивных трансляций). Около 30% используют Интернет для решения профессиональных задач.

Таким образом, можно утверждать, что Интернет пока не является доминирующим носителем рекламы, что, по нашему мнению, объясняется тем, что рекламная индустрия только начинает осваивать этот информационный канал. Негативное отношение респондентов к интернет-рекламе соответствует общим настроениям по отношению к рекламе в целом и усугубляется разнообразными и агрессивными технологиями воздействия на сознание аудитории, которые применяются в сети Интернет.

В то же время эффективность интернет-рекламы подтверждается результатами исследования, которые показывают её возрастающую роль в жизни молодежи. Большинство респондентов отметили значимость рекламной информации при выборе продуктов питания, средств связи, спортивной одежды и косметики. В будущем вряд ли стоит рассчитывать на изменение агрессивных стратегий рекламопроизводителей, так как инновационная деятельность будет выступать драйвером новых рекламных возможностей, создавая все более эффективные методы для реализации коммерческих интересов. Здесь можно провести параллели с театром или авангардным искусством, которые долгое время отрицались обществом, но впоследствии стали его достоянием, ведь реклама также в какой-то степени содержит элементы творчества.

\*\*\*

1. О.О. Савлельева. Социология рекламного воздействия.// Автореф. на соиск. уч. степ. доктора соц. наук, Москва. 2006

**Маслодудова Н.В.**

**Эмоционально-художественный ресурс кинематографа в формировании  
антинаркотического мировоззрения**

*Сибирский юридический институт МВД РФ  
(Россия, Красноярск)*

doi: 10.18411/trnio-07-2024-98

**Аннотация**

В статье рассматривается потенциал современного кинематографа для решения задач, связанных с сохранением и укреплением традиционных российских духовно-нравственных ценностей, направленных на формирование антинаркотического мировоззрения в подростковой и молодежной среде. Автор обращает внимание на специфическую функцию искусства,

связанную с концентрацией накопленного человечеством опыта для решения воспитательных задач.

**Ключевые слова:** Воспитание, антинаркотическое мировоззрение, функции кино, профилактика девиации.

### Abstract

The article examines the potential of modern cinema to solve problems related to the preservation and strengthening of traditional Russian spiritual and moral values aimed at the formation of an anti-drug worldview among adolescents and youth. The author draws attention to the specific function of art associated with the concentration of accumulated human experience to solve educational tasks.

**Keywords:** Education, anti-drug worldview, cinema functions, prevention of deviation.

Эмоционально-художественный ресурс кинематографа представляется чрезвычайно полезным для решения задач профилактики девиантного поведения в подростковой и молодежной среде, а также для социально-психологической реабилитации несовершеннолетних, имеющих трудности в социальной адаптации.

В последние десятилетия, в связи с возрождением кинотеатров и строительством новых кинокомплексов, их посещение стало одним из популярных видов проведения досуга современной молодежи.

Кино, как любой вид искусства, направлено на формирование чувственности человека, поэтому его важной стороной является отношение к жизненному, духовно-практическому опыту человека. Отражая и познавая его, оно в то же время расширяет и обогащает этот опыт. Искусство обращено не только в настоящее, но и в прошлое и будущее, в мир фантастики и мечты.

Искусство есть мощный фактор развития мировоззрения человеческой личности. Специфическая функция искусства состоит в том, что оно конденсирует многообразие накопленного человечеством опыта в процессе живых взаимоотношений человека с миром, а не путем усвоения готовых результатов. В искусстве находит своё отражение не только итог познания явлений, но и сам процесс оценки и обработки познаваемого объективного и субъективного мира.

Кино как самый молодой вид искусства, имеет неразрывные связи с многовековой художественной культурой, наследует и транслирует опыт и традиции литературы, истории, религии. Развитие и обогащение выразительных возможностей кино, позволяет данному виду искусства остро и живо воздействовать на сознании зрителя, формируя определенные образы, идеалы, представления. (2)

В настоящее время существует достаточно много различных жанров кино и человек, в соответствии со своими интересами, сам выбирает, какое кино ему смотреть. При этом, опираясь на потребности массовой культуры, и, стремясь получить максимальную прибыль, создатели и продюсеры современного кино зачастую выбрасывают в кинопрокат фильмы очень сомнительного качества. Процесс деполитизации 90-х годов XX века вывел на первое место релаксационную функцию кино, сделав его способом отвлечения от повседневной рутины, от домашних забот, сделав исключительно формой получения наслаждения. Вместе с тем, у кино есть и другие важнейшие функции. Важнина О.А., исследуя кинематограф как канал трансляции образа национальной идеи, выделяет следующие наиболее значимые функции: управление общественными отношениями, социальный контроль, воспитательная, эвристическая, познавательная и коммуникативная. (3) Исходя из нашей проблематики важнейшими функциями кино можно назвать: мотивирующую, превентивную и образовательную, оказывающие огромное влияние на формирование мировоззрения человека.

Сущность первой функции в том, что кино выступает как сильнейший мотивирующий фактор, являющийся важнейшим структурным элементом установки личности. Данный фактор способен серьезно изменить жизненные цели и планы человека, а может подтолкнуть его к

достижению цели, которую он раньше боялся или не мог достичь из-за нехватки храбрости или решительности. В качестве примера хотелось бы привести известный фильм 2006 года «В погоне за счастьем» с Уиллом Смитом. В данном фильме показано, как человек попавший в очень сложную жизненную ситуацию, пытающийся любым образом прокормить семью, не сломался, а боролся до конца и в итоге обрел то счастье, к которому он стремился.

Следующая функция кино – это превентивная или предупредительная. Значение данной функции таково, что заложенный в фильме смысл должен врезаться в сознание людей и показать какие последствия могут быть за совершение определенных действий. Задача такого кино: наглядно представить людям, что можно делать, а что ни в коем случае нельзя. Используя терминологию Гегеля, можно сказать, что оно призвано субъективировать объективное право. В качестве примера хотелось бы назвать кинофильм 2000 г. «Реквием по мечте». В данном фильме показана история людей, у которых были свои мечты, цели, но все это стремительно стало рушиться под влиянием наркотиков. Целью жизни героев становится поиск и принятие очередной дозы. Кинофильм показывает, что наркотики – это зло, которое может превратить жизнь любого человека в мучения и поставить крест на всем: на карьере, на семье, на друзьях.

Третья функция кино – образовательная. Существует множество фильмов, целью которых является разностороннее развитие, усвоение новых знаний, повышение уровня образованности и грамотности. Такими произведениями могут быть документальное кино, образовательные программы, научные фильмы и т.д. Примеров такого кино очень много, но хотелось бы назвать фильм 2009 года «Дом. История путешествия». Это документальный фильм, который демонстрирует красоту планеты и последствия разрушений, нанесенных деятельностью человека. Незаживающие шрамы, нанесенные Земле промышленными производствами, последствия войн, экологических катастроф, раскрывают зрителю реальную ситуацию на планете.

В последние годы появилось и очень много хорошего российского кино, направленного на формирование собственного достоинства человека, которое позволяет ему свободно выбирать достойную цель и достойный смысл своей жизни. «Чувство достоинства и ответственности обеспечивает гармонию человека с самими собой и служит основанием для взаимодействия с другими людьми, потому что человеку ни с кем не будет хорошо, если ему плохо с самим собой». (4) Среди таких фильмов можно назвать следующие: «Легенда № 17», «Матч», «Остров», «Сталинград», «9 рота», «Солнечный удар», «Поддубный», «Битва за Севастополь», «Движение вверх», «Салют - 7».

Очевидно, что Указ Президента РФ «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» от 09 ноября 2022 года № 809 (1), обращенный к современному российскому обществу, станет мотивацией для появления и других новых фильмов, отвечающих задачам воспитания.

Говоря о важности развития дискуссионных клубов как эффективного средства формирования нравственных ценностей в молодежной среде, мы подчеркивали важность развития коммуникативных способностей молодых людей и формирования мировоззренческих установок в ходе совместного обсуждения. «Анализ кинопроизведений, стремление понять содержание фильмов позволяет человеку переосмысливать свое отношение к действительности, по-новому осознавать собственный внутренний мир, дает возможность формировать позитивную, социально значимую систему ценностей...». (5, с. 130)

Привлекательность кино в сфере профилактики связана с тем, что его просмотр позволяет создать ситуацию неформального общения, совместного эмоционального переживания, которое может сохраняться достаточно долго. Фильм способен как бы со стороны помочь подростку увидеть то, что происходит в его собственной жизни. Часто, благодаря своей метафоричности; кино позволяет донести до подростков важные мысли в

образной форме, и дает возможность поднимать волнующие их проблемы, способствуя их осмыслению.

\*\*\*

1. Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей : Указ Президента РФ от 09 ноября 2022 года № 809. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202211090019> (дата обращения 23.06.2024).
2. Баженова, Л.М. Мировая художественная культура. XX век. Кино, театр, музыка/ Л.М. Баженова, Л.М. Некрасова, Н.Н. Курчан, И.Б. Рубинштейн. – СПб., 2008. – 432 с.
3. Важенина О.А. Кинематограф как социальный институт и канал трансляции образа национальной идеи //Международный научно-исследовательский журнал. – Выпуск №5 (5), 2012. Культурология – URL: [search | Международный научно-исследовательский журнал \(research-journal.org\)](http://search.research-journal.org) (дата обращения 20.06.2024).
4. Маслодудова, Н.В. Роль духовности в формировании антинаркотического мировоззрения / Н.В. Маслодудова // Вестник Сибирского юридического института ФСКН России. - 2015. - №1(18). - С.113-118.
5. Маслодудова, Н.В. Дискуссионный кино клуб как метод профилактической антинаркотической работы с молодежью / Н.В. Маслодудова // Защита прав детей: сотрудничество полиции и гражданского общества. Материалы международной научно-практической конференции. – Костанай, 2022. С. 124-130.

**Рожнова А.А., Лаврухина М.А., Ткач Д.А., Рожнов А.А.  
Волейбол как инструмент социализации студентов вузов**

*Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского  
(Россия, Калуга)*

doi: 10.18411/trnio-07-2024-99

**Аннотация**

В статье рассмотрена актуальная проблема социализации студентов вузов, даётся определение понятию "социализация" с точки зрения современных исследователей и выясняются их отличия. Обосновано использование волейбола в качестве доступного инструмента для самореализации и социализации личности студентов вузов. В научном исследовании раскрываются пути социализации через специфические средства и методы становления студентов, как полноценной личности в условиях тренировочного процесса в рамках системы высшего образования.

**Ключевые слова:** волейбол, высшее учебное заведение, командный вид спорта, молодёжь, студенты, социализация.

**Abstract**

The article considers the actual problem of socialization of university students, defines the concept of "socialization" from the point of view of modern researchers and clarifies their differences. The use of volleyball as an accessible tool for self-realization and socialization of the personality of university students is justified. The scientific research reveals the ways of socialization through specific means and methods of formation of students as a full-fledged personality in the conditions of the training process within the framework of the higher education system.

**Keywords:** volleyball, higher educational institution, team sport, youth, students, socialization.

В настоящее время, социализация студента вуза – достаточно важный, но в тоже время сложный и объёмный процесс. Данные тенденции можно объяснить зависимостью данного процесса от результата формирования личности человека, и успешности реализации его опыта в жизни.

Современная реальность такова, что выпускники вузов помимо обладания определенными знаниями, должны ориентироваться в профессиональной среде, понимать специфику своей работы [7], осознавать своё положение в коллективе и быть его частью.

В современных научных исследованиях социализация студентов вузов рассматривается не только с точки зрения педагогики, она также активно изучается и в психологии, и в