

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПАТРИОТИЗМА У РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Немцова Л.В. магистрант 1 курс, АлтГПУ

Научный руководитель: Скопа В.А. д.истор.н., доцент, АлтГПУ

Аннотация: В современном мире неотъемлемой частью жизни общества является СМИ. В данном контексте поднимается вопрос о репрезентации идеи патриотизма. В статье утверждается, что феномен патриотизма в данном контексте испытывает влияние медийных коммуникаций. СМИ, должны подходить к работе ответственно, заботиться о воспитании и использовать все ресурсы и возможности для воспитания чувства патриотизма.

Ключевые слова: Патриотизм, СМИ, формирование патриотизма, виртуальность, социальные сети.

Annotatsiya: In the modern world, the media is an integral part of the life of society. In this context, the question is raised about the representation of the idea of patriotism. The article argues that the phenomenon of patriotism in this context is influenced by media communications. The media must approach their work responsibly, take care of education and use all resources and opportunities to foster a sense of patriotism.

Key words: Patriotism, mass media, formation of patriotism, virtuality, social networks.

Воздействие средств массовой информации на образование и развитие молодежи считается одной из своевременных задач. Формирование и воспитание патриотизма, развития патриотических впечатлений является не само по себе, а в результате целенаправленной деятельности. На современном рубеже развития России проходит большое количество событий, оказывающих влияние на становление патриотического воспитания, приверженность или же нелюбовь к своей Родине, готовность или же отказ служить Отечеству. Идеологию переломного общества, тем более юного, строят средства массовой информации: телевидение, печатное издание, интернет. Не всегда это "строительство" идёт в правильном направлении, но нет колебаний в том, что современные СМИ оказывают на него определённое - и даже очень сильное - воздействие. И в случае если у старшего поколения уже сформировались определённые установки в отношении патриотизма, так что материалы прессы имеют все шансы лишь только отвечать или же возражать ему, то поколение подростков всё ещё располагается в стадии самоопределения, а влияние печатных и электронных изданий на него носит наиболее ярко выраженные нравы[1].

Развитие педагогической инновации ранее у нас было крайне затруднено в виду монопольного господства одной идеологии и централизованной методологии образования. Надобность в инноваторской педагогической деятельности в современных условиях развития общества, культуры и образования в России ориентируется вблизи событий.

В последние годы вновь появилась острая надобность в поднятии патриотических настроений россиян, в частности, молодежи, и выстраивании соответственной государственной политической деятельности. Как последствие, система образования неизбежно столкнулась с проблемами разработки свежих концептуальных подходов к обучению и воспитанию подрастающего поколения. В чём же заключается роль СМИ в деле закрепления патриотического сознания россиян. Подростковый возраст считается одним из трудных периодов.

Патриотизм - составная часть государственной идеи России, обязательная составляющая российской науки и культуры, выработанный веками. Он всякий раз расценивался как ключ мужества, героизма и силы русского народа, как важное условие великолепия и могущества нашей страны[5]. Подростки и молодёжь – это социально-демографические группы, выделенные на базе возрастных характеристик и отличающиеся от иных общественных групп своим положением в обществе, ценностями, интересами, необходимостями. Спасибо, сети Интернет, охват данной аудитории неоднократно увеличился. Теперь есть вероятность выходить в сеть не только с компьютера, но ещё с планшетов, смартфонов и других устройств. Возможно заявить, собственно, что на замену компьютерной революции, пришла «гаджетовая» революция.

Сейчас присутствие девайса и возможность выхода в Интернет-реальность считается частью глобальной культуры и необходимым моментом формирования социальных идентичностей. Не обращая внимания на то, что гаджетами обычно называют какие-либо дополнения к компьютеру или смартфону, выполняющие вспомогательную функцию и подключающиеся с помощью Bluetooth или USB, в данной работе к гаджетам будут относиться в том числе лэптопы, планшеты, смартфоны и любые технические приспособления, с ними связанные.

Экраны телевизоров, телефонов, планшетов заполнены валом низкопробной аудио и видеопродукции, и ещё все проникающей и агрессивной рекламой. Насилие, порнография, пропаганда потребительства на западный манер рекой льются в понимание подростков и взрослых. В силу тех или иных факторов через некоторое время понимание человека начинает подавать сбои. Случается, замена исторически сложившихся морально-ценностных установок, сложившихся веками и заложенных в основу образа жизни нашего народа.

Способы глобальной информации, впрочем, не стремятся приобщить подростков к патриотическому воспитанию. В прессе, в

телевизионных передачах имеется открытый кризис новостей патриотических, научно-популярных, исторических программ. В первую очередь это разъясняется тем, собственно, что в случае если эти передачи на телевидении и есть, то они идут рано утром или далеко за полночь, вследствие этого их имеет возможность посмотреть маленькое количество людей, так что чаще всего аудиторией таких программ становятся люди старшего возраста. Не считая того, и очень малозначительное количество подростков имеют время или заинтересованы в просмотре этих телепередач или чтении политических и научных заметок (статей). И современные СМИ никаким образом не желают поднять авторитет передач или жепубликаций на подобную тему, сделать их более привлекательными, изящными и интересными для поколения молодых людей [2].

Общественное мнение есть база демократического строя, его движущая мощь. Оно содействует осознанию имеющих место быть индивидуальностей социального строя на протяжении всего исторического существования общества. Оно определяет становление, жизни, развития таких областей функционирования как наука, искусство, философия, религия, политика и всей культуры в целом.

Социальные соображения обычно отводят главенствующую роль в формировании патриотических позиций и установок электронным и печатным источникам информации. СМИ, конечно готовы, оказать поддержку различным слоям населения в проведении тех или иных акций, апеллируя к таким эмоционально-чувственным составляющим социального сознания, как любовь к Родине. В средствах массовой информации преобладает желание к освещению патриотизма как памяти, патриотизма как внимания к людям, патриотизма как ответственности, патриотизма как поклонения героям, патриотизма как гордости за свой народ и Родину. СМИ имеет возможность и должно служить показателем ценностных ориентиров юного поколения.

Воспитание патриотизма в молодежи считается стратегической проблемой для России. В настоящее время разговор нашей страны находится в состоянии концептуальной неопределенности. Парадокс патриотизма в информационных моделях современных российских масс медиа как предмет изучения в российских медиа-исследованиях еще несколько лет назад вряд ли можно было отнести к разряду дискуссионных. Скорее формы его креативного воплощения можно было охарактеризовать как довольно классические в том стремительно изменяющемся мире, который сейчас, желаем мы этого или не желаем, перевернул многие устоявшиеся представления о исторических мероприятиях [4]. Не считая того, что особенно важным воспитание патриотизма подрастающего поколения представляется в критериях опасности массового терроризма. Сложившиеся обстановка диктует

необходимость развития программ, которые обязаны обеспечиваться государством.

Учитывая негативное влияние введения института цензуры в способы глобальной информации и одновременно констатируя факт опасного влияния бесконтрольного потока информации на несформировавшуюся личность. Патриотизм трактуется как трудно социальный институт, порожденный исторической эпохой национальных государств и воплотивший волю нации в условиях индустриального общества к самосохранению и саморазвитию, с поддержкой которого мысль государственности объединялась с мировоззренческими установками индивидуума и общественных групп [3].

В связи с особенной значимостью информационной безопасности, наличием ряда информационных опасностей государству и существованием при этом изданий, проявляющих анти государственность, установку на дестабилизацию политической ситуации, нарушение законности, рекомендуется введение строгого контроля, вероятно специального государственного или общественного контрольного органа, за соблюдением со стороны средств глобальной информации законности, в частности закона о СМИ, Конституции, Уголовного Кодекса и т.п.[6]

Осуществление концепции информационного обеспечения самообразования молодежи на базе методологических познаний, подготовки управленческих кадров в молодежной среде. Активного вовлечения молодежи в разработку моделей общественного и государственного устройства в России, практического вовлечения наиболее подготовленной части молодежи в управленческие структуры, позволит подготовить России собственную национальную защищенность в XXI веке и войти в качестве фаворитов "Нового мирового порядка". Как раз самоидентификация человека с определённой социокультурной исторической средой разрешает СМИ образовать специфическое восприятие себя в составе целого, проявляющегося в мироощущении, мировоззрении, эмоциональном отношении к миру.

В связи с этим перед родителями, учителями встает задача внедрения в воспитательный процесс новых методов и средств для развития у детей патриотических качеств. Современный подход должен базироваться не на изобретении инновационных методов. Как уже говорилось выше, всего лишь нужно вспомнить методы и приемы предыдущих поколений, адаптировать их к сегодняшним реалиям.

В заключение следует обозначить, что российское общество переживает трудности, и сейчас СМИ должны стать эффективным связующим звеном между народом и властью. В этом одинаково должны быть заинтересованы как властные структуры, так и граждане России.

Поколение современных подростков – это поколение, социализация которого с раннего возраста считается между передовых средств

глобальной или массовой коммуникации, таких, как планшеты и смартфоны с выходом в сеть Интернет. Благодаря этому у школьников бывает больше возможностей для коммуникации и проявления общественной энергичности, а ещё по розыску информации, сама информация стала доступнее. Большую часть времени пребывания в Интернете, подростки и молодые люди тратят на общение со сверстниками. Не обращая внимания на это, в целом, представители поколения используют себя более одинокими по сопоставлению с прошлыми поколениями молодых людей.

Опасность, на наш взгляд, предполагается не на технические средства коммуникации или сеть Интернет, а информации и «нежелательные знания», транслируемые СМИ, так как подростки и молодые люди, особенно неуверенные в себе, склонны к подражанию. При этом они пробуют быть аналогичными не только лишь на реальных людей – сверстников или влиятельных (для них) личностей, но и выдуманных персонажей, к примеру, из фильмов или сериалов. Не считая, широкое освещение беспощадности, насилия, убийств и самоубийств в СМИ способствует увеличению числа преступников со стороны зрителей. Это разъясняется принципом общественного подтверждения и «феноменом Вертера».

Список литературы:

1. Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та; Ф-т журн. МГУ имени М. В. Ломоносова, 2011.
2. Абдуллатипов, Р.Г. Феномен патриотизма в условиях рынка [Текст]: / Р.Г. Абдуллатипов. - М: Знание, 1991. - 234 с.
3. Мохов В.П. Патриотизм и политика памяти в условиях глобализации // Технологос. 2019. № 3. С. 115–128.
4. Н. А. Белоусов «Патриотическое воспитание студентов как проблема педагогического образования» / Н. А. Белоусов, Т. Н. Белоусова // Патриотическое воспитание: история и современность: Сб. науч. ст. — М., 2004. — С. 38–41.
5. Райхлина Е.Л. Патриотизм и патриотическое воспитание подрастающего поколения: к теории и истории проблемы//Научные проблемы гуманитарных исследований. - 2009. - №2. - С. 92-99.
6. Чекмарев Э. В., Дорофеева Е. С. Социально-национальное самосознание как стержень политической культуры молодежи // Вестник Поволжской академии государственной службы. 2012. № 1. С. 226–231.