

10. Запорожец, А.В. Психическое развитие ребенка [Текст] / А.В. Запорожец // Избранные 2 т. – М.: Педагогика, 1986. – Т.1. – 320 с.
11. Зеньковский, В.В. Психология детства [Текст] / В.В. Зеньковский. – М.: Издательский центр «Академия», 1996. – 348 с.
12. Киященко, Н.И. Вопросы формирования системы эстетического воспитания в СССР [Текст] / Н.И. Киященко. – М.: Искусство, 1972. – 159 с.
13. Куриленко, Л.В. Психолого-педагогические основы индивидуально-личностного развития школьника [Текст]: учебное пособие. / Л.В. Куриленко. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2001. – 108 с.
14. Лихачев, Б.Т. Теория эстетического воспитания школьников [Текст] / Б.Т. Лихачев. – М.: Просвещение, 1985. – 176 с.
15. Люблинская, А.А. Детская психология [Текст] / А.А. Люблинская. – М.: Просвещение, 1971. – 415 с.
16. Мид, М. Культура и мир детства [Текст]: избранные произведения / М.Мид. – М.: Наука, 1988. – 429 с.
17. Овчинникова, А.Ж. Эстетическое отношение к действительности как фактор развития младших школьников [Текст] / А.Ж. Овчинникова. – М.: Наука, 1997. – 105 с.
18. Павлов, И.П. Избранные произведения [Текст] / И.П. Павлов. – М.: Изд-во АН СССР, 1949. – 640 с.
19. Руднева, Т.И. Развитие личности [Текст] / Т.И. Руднева, Е.Б. Никулина, Н.Б. Колесникова, П.А. Баганова. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2002. – 320 с.
20. Сергеева, В.П. Психолого-педагогические теории и технологии начального образования [Текст] / В.П. Сергеева. – М.: Граф-Пресс, 2002. – 144 с.
21. Сухомлинский, В.А. Сердце отдаю детям [Текст] / В.А. Сухомлинский. – Киев: Рад. школа, 1974. – 288 с.
22. Эльконин, Д.Б. Детская психология [Текст] / Д.Б. Эльконин. – М.: Учпедгиз, 1960. – 328 с.

А.А. Кутынина¹⁰

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ФАКТОРЫ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ

Самара, Самарский государственный университет

Большую роль в воспитании патриотизма играют СМИ: телевидение, печать, видеопродукция и радио. В последние годы естественное, казалось бы, для нормального человека чувство любви к Родине, почитание отцов и предков стали предметом ожесточенного столкновения в информационном поле современной России. Средства массовой информации сегодня стали

¹⁰ Кутынина А.А., 2005

главным оружием в борьбе за сознание людей, особенно детей, подростков и молодежи.

Роль и значение патриотического воспитания длительное время всячески принижались СМИ, а деятельность, направленная на развитие патриотизма у молодежи, подвергалась неуместной и деструктивной критике. Это в значительной мере дискредитировало не только существующую практику патриотического воспитания, огромный опыт в его организации и проведении, но и саму идею формирования и развития личности патриота.

Проводимые исследования об ориентирах патриотического воспитания наглядно свидетельствуют о мощности воздействия, оказываемого телевидением и радиовещанием на духовный мир и ценностные ориентиры молодежи. Одним из характерных проявлений духовной опустошенности и низкой культуры в обществе, особенно среди молодежи, явилось резкое падение роли и значения патриотизма, как одной из ценностей, и забвение героической истории нашей страны.

Так как со стороны государства социальный контроль утрачен, в СМИ хлынула волна пропаганды насилия с целью привлечения внимания молодежи.

После потери былых идеологических опор, которые задавались в доперестроечные годы всей системой воспитания, для значительной части молодежи характерна утрата мировоззренческих и нравственных ориентиров, отсутствие четкой системы ценностей. Становится все более очевидным, что именно высокая патриотическая идея, идея государственности и есть тот каркас, то основание, на котором и может выстраиваться духовность нашего общества, его будущее в лице российской молодежи. Эта тема должна волновать более всего государственные органы и работников образования. Но, к сожалению, поток информации, с которым сталкивается молодежь сегодня в повседневной жизни, свидетельствует об обратном процессе. Некоторые СМИ не заинтересованы в пропаганде патриотического воспитания молодежи.

Телевидение в погоне за рейтингами не акцентирует внимание на позитивных примерах из жизни молодежи. Это объясняется нестабильностью ситуации, растущим напряжением по осям «старое» – «новое». Современная молодежь совершенно не испытывает тех чувств по отношению к своей стране, которые испытывали представители старшего поколения.

СМИ имеют стереотипное отношение к молодежи, а молодежь сегодня неоднородна по своему составу. Информация о позитивных сдвигах в проблеме патриотического воспитания – это самая трудная задача. Отечественная информационная культура нуждается ныне в создании образца модели личности нового типа, на которую может ориентироваться структура масс-медиа. Общество всегда нуждается в героях в качестве идеала – образца для подражания, но в условиях системного кризиса отрицает все героическое как нерентабельное.

Кроме того, героическая личность всегда выходит за определенные границы и рамки, принятые в обществе. В настоящее время сколько угодно случаев, описанных в средствах массовой информации, когда молодые люди уходят на сторону противника, с которым они воевали. Это происходит из-за отсутствия заботы о патриотическом воспитании молодежи. СМИ должны ярче популяризировать позитивный образ жизни, позитивные качества, приветствуемые обществом. Интерес к позитивным переменам в молодежной политике, в жизненном пространстве молодежи будет лучшей рекламой СМИ.

Ю.Грымов, возглавляющий дирекцию молодежных программ в Федерации Интернет-образования, отмечает: «Подавляющее большинство нынешней молодежи – очень активные, целеустремленные, позитивно настроенные люди. И они, конечно, более критично относятся ко всему, что им «вешают на уши» взрослые товарищи. Они не хотят воспринимать жизнь как раньше – все на веру, они требуют доказательств. Гораздо проще навешивать ярлыки, чем разговаривать с молодежью на равных, аргументируя свою точку зрения, доказывая свою правоту. Надо не впадать в обличительный пафос, а общаться с молодежью. Например, заниматься ее образованием. Лечить ли ее от наркомании или заниматься новым поколением? Новым поколением!!!»

Российским обществом постепенно утрачивается традиционное патриотическое сознание. В среде молодежи получили широкое распространение равнодушие, эгоизм, индивидуализм, цинизм, немотивированная агрессивность, неуважительное отношение к государству и его символике. Утрачено истинное значение и понимание интернационализма, обострился национальный вопрос. Наметилось перерождение патриотизма в национализм.

Уже со второй половины 80-х гг. телевидение и радиовещание превратились из средств идеологического воздействия СМИ, роль которых они выполняли ранее более или менее последовательно, в средства информации и развлечения. Такое положение дел оказывает негативное воздействие на воспитание молодежи и подростков.

Информационное поле нового типа быстрее всего повлияло на молодежь как на наиболее мобильную в культурном отношении группу, попавшую в ситуацию всеобщего разрыва с ценностями предшествующего поколения.

Просмотр телевизионных программ отнимает в среднем 40% свободного времени каждого человека. Школьники, заражаясь настроением, идущим к ним с телеэкрана, изменяют фактически собственное сознание и более скептически относятся к благожелательности других людей. Они настроены пессимистично по отношению к Родине, у них завышена оценка уровня преступности в стране, и, как следствие, индекс доверия у таких школьников к обществу становится низким. Около 40 часов в неделю тра-

тит российский ребенок на просмотр телепередач, если он не увлечен компьютерными играми. Это значительно больше, чем затраты на любой другой вид деятельности школьника. Телевидение увеличивает агрессивность, снижает школьную успеваемость, приводит к сидячему образу жизни.

СМИ обладают максимальными возможностями воздействия на большие аудитории. Они оперативно доводят множество сведений до слушателей, легко воспринимаются и имеют разнообразие форм предлагаемого материала. Несмотря на перечисленные преимущества, лишь 13,9 % опрошенных школьников оценили деятельность СМИ как хорошую, 36% – как удовлетворительную, а половина из числа отвечавших (50,1% респондентов) дали неудовлетворительную оценку деятельности СМИ. При этом 28,3% респондентов ощущают улучшение патриотической пропаганды в СМИ за последний год, 32,1% – не видят положительных изменений, а 39,6% опрошенных затруднились сформулировать свое мнение.

Как отмечает двадцатичетырехлетняя Савчук Наталья, член Общественной палаты города Великие Луки Псковской области, она «почти перестала смотреть молодежные фильмы, так как от них тупеешь: примитивные шутки, поесть, поспать и все». Она мечтает «вытащить ребят из спящего, иждивенческого, потребительского или агрессивного состояния» [1, С.58].

В конце 80-х – начале 90-х гг. никто в нашей стране не имел ни малейшего понятия, что такое патриотическое кино. Патриотизм на телевидении, пропаганда любви к малой и большой сильной Родине исчезли.

В СМИ эталоном советского патриотизма остаются картины про войну. Самыми убедительными были фильмы про то, как нужно защищать дом, где ждет солдата мать, госпиталь, где работает медсестрой его невеста, землянку, где лежит без сознания его раненый друг. И пусть все подкрепляется криками «За Родину! За Сталина!»

Если современные кинематографисты показывают патриотизм, то обязательно сравнивают нас с границей. Что же это за патриотизм такой, что без внешнего врага или друга не существует?

Как отметил актер кино Н.П.Бурляев: «Наше кино должно давать школьникам возможность спасения в нравственной культуре, в нравственности законов нашего государства. Кинофильмы патриотического содержания оказывают сильнейшее влияние на молодежь, резко снижают преступность. Мы – страна с богатейшей культурой, со своими традициями. Надо искать свое звучание, оригинальное выражение патриотической идеи» [2].

Песни последних 10 лет, транслируемые СМИ, к сожалению, нельзя назвать патриотическими. Если содержание песни соответствует патриотическим идеям, то, скорее всего, это песня предшествующих лет, нового ничего не создано.

Все информационное поле, окружающее молодежь, должно стать иным. Должен активнее формироваться государственный заказ на производство кино-, видео-, теле-, аудиопродукции, ставящей целью утверждение принципов социального общества, формирование и пропаганду позитивных идеалов современного молодого человека и общепринятой в цивилизованном обществе шкалы ценностей.

Патриотическое воспитание в СМИ – это формирование в молодом человеке приверженности важнейшим духовным ценностям, воспитание патриотических чувств, заботы об интересах страны, готовности ради Родины к самопожертвованию, верности Отчизне в период военных испытаний, гордости за героическое прошлое нашего Отечества, за научно-культурный вклад России в мировую цивилизацию.

Статус образовательных программ на телевидении в нашей стране за последние 30 лет имеет тенденцию к снижению. Нужно ввести в ранг государственной политики и последовательно проводить принципы гуманизации и педагогизации деятельности общественных организаций молодежи.

Нужно ввести контроль за содержанием СМИ (особенно программ телевидения) с целью предотвращения явно антироссийских и антигосударственных выпадов, дискредитирующих в глазах молодежи Российское государство и расходящихся с национальными интересами страны. Думается, такая мера оправдана и не является покушением на свободу слова.

Патриотизм – один из самых эффективных инструментов для работы по строительству новой, сильной и независимой России, и, в первую очередь, необходимо позаботиться о духовном состоянии детей и молодежи. Именно патриотизм является духовным достоянием личности, одним из важнейших элементов общественного сознания и фундамента общественной и государственной систем, составляет духовно-нравственную основу их жизнедеятельности и эффективного функционирования.

Усилению патриотического воспитания молодежи должна способствовать деятельность государства. Только государство способно в определенной степени влиять на такие институты формирования гражданской позиции, как СМИ, учреждения образования и досуга. Такое регулирование может осуществляться при помощи государственной программы гражданского воспитания, охватывающей указанные институты. Причем данная мера может иметь результаты только при разработке специальных программ. Разработка отдельных направлений программы должна вестись специалистами соответствующего профиля.

Таким образом, необходимость духовно-нравственного, граждански активного, патриотического воспитания в нашем обществе вытекает из самой сути этого процесса, который предполагает понимание наиболее важных, социально значимых целей и задач, а также главных подходов к их достижению. Вследствие этого идеология воспитания призвана спо-

способствовать изменениям в сознании индивида, соответствующим общему направлению социального развития России.

Можно сделать вывод, что СМИ не используют в достаточной мере общественно-государственные возможности и не отвечают требованиям настоящего момента по патриотическому воспитанию граждан России.

Литература

1. Энергия добра. Серия «Молодежь на службе обществу» / сост. и гл. ред. М.А. Слободская. – М.: Институт проблем гражданского общества, 2002. – С.58.
2. Бурляев, Н. О возрождении патриотизма в стране / Телевизионная передача «Парламентский час». 23.02.2004 года.

В.В. Мантуленко¹¹

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ НОВЫХ МЕДИА

Самара, Самарский государственный университет

В медиапедагогике, частной педагогической дисциплине, которая занимается вопросами включения медиа в воспитательный и образовательный процессы, ставится вопрос о том, что новые медиа могут нам позволить, какие новые возможности могут они предоставить человеку. Под новыми медиа, в узком смысле, понимаются те цифровые медиа, которые делают возможным *мультимедийность* (мультимедиальность) – интеграцию различных медиа в некоторое компьютерное представление (гипертекстовую структуру, нелинейный текст); *интерактивность* и *моделирование* [1].

Новые медиа могут рассматриваться как *инструмент*, с помощью которого традиционные задания обрабатываются в специальной форме. Это охватывает всю область переработки текста. С недавних пор мы должны относить сюда также гипертексты. С помощью компьютера могут решаться поисковые задачи (лексики или банков данных), либо непосредственно с CD-ROMа, либо же посредством Интернета.

Новые медиа могут быть использованы также как *помощник в учении*, если соответствующее программирование обеспечивает обогащение уровня знаний или учебного материала. Данная возможность усиленно переносится из школы в университеты. Благодаря разнообразным возможностям таких программ, предлагающим мультимедийно обогащаемое знание, расширяются и традиционные возможности использования медиа для наглядного представления того или иного объекта [2].

¹¹ Мантуленко В.В., 2005