

**Olena Zharovska**

**Vinnitsia State Pedagogical University by M. Kotsybinskiy; the department of journalism; assistant.**

## **THE PATRIOTIC EDUCATION OF YOUTH BY MEANS OF MASS MEDIA.**

### ***The statement of the problem:***

The formation of moral values and patriotic orientations are very important and actual points in modern society. The formation of the moral values of the modern society are strongly affected by the mass media – television, Internet, newspapers, determining the content and quality of contemporary socio – cultural environment. Media as the most effective form of informing and communication between people should be responsible for the information they give and the educational effect it provides to the audience. Special attention should be paid to the patriotic education of youth, spiritual formation and strengthening of the nation's moral values of society.

### **An analysis of the previous studies:**

The impact of the mass media on the formation of moral values in younger generations has been studied by different native and foreign scientists, including A. Moskalenko, L. Hubersky, I. Zverev, S. Hlyebnik and others. The media has a powerful educational and ideological potential which being especially significant in terms of political, economic, moral, aesthetic and other impacts on the audience. It is obvious that modern world is undergoing complex processes of globalization: rapid industrialization, the growing influence of the media, the development of electronic communication and as a result – an imbalance of information flows. However, preeminently media have the technical capabilities for receiving, storage, dissemination and other usage of information resources.

**The purpose of the article** is to explore the interaction of the mass media and the educational and social influences on the formation of worldview in general and youth patriotic education in particular.

**Виклад основного матеріалу.** Ідейно-політична зрілість свідомості та культури молоді, а, насамперед, студентської молоді, перебуває на суперечливому етапі становлення, відмови від ідеологічних і політичних

стереотипів тоталітарної доби, утвердження нових політико-ціннісних орієнтирів, переконань і соціально-політичних почуттів, установок на вироблення політичної компетентності, формування культури толерантності, політичної коректності. Водночас відбувається переосмислення політичних ідеалів, шляхів участі в громадсько-політичному житті вузу, міста, області, у розвитку місцевого самоврядування [5, с. 373].

Варто наголосити, що залежність окремої людини від ЗМІ як джерела інформації безперервно зростає та набуває кульмінації в періоди загальної кризи та нестабільності. Картина світу у свідомості сучасної людини майже повністю формується у ЗМІ, а отже, відповідальність за продукти масової культури значною мірою лежить на журналістиці» [3, с. 296].

Програма дій в області культури, прийнята 53 сесією Генеральної асамблеї ООН 10 листопада 1998 року є відповіддю на розповсюдження різноманітних форм екстремізму, проявів відчуження та маргіальності особистості, культу жорстокості та насилля. Вимоги, які ставляться перед сучасним суспільством – відкритість, культурна та економічна співпраця, спрямована на вирішення глобальних проблем сучасності.

Завдяки ЗМІ люди отримують інформацію, що впливає на виховання ціннісних орієнтацій особистості, яка глибоко усвідомлює сучасні проблеми суспільства, є патріотом своєї держави, здатна до співпраці задля розвитку своєї країни та ідеї глобальної рівноваги на планеті.

Особливе місце у формуванні громадянина-патріота набуває інформаційна культура (від лат. *informatio* – виклад, роз'яснення; *cultura* – обробка, виховання, освіта) – складова частина загальної культури суспільства й людини, сукупність усіх видів інформаційно-комунікативної діяльності та результатів діяльності. Інформаційна культура спирається на масове залучення людини, починаючи з дитинства, до найсучасніших засобів інформації, комунікації, до нових інформаційних технологій. Основою інформаційної культури особи є знання про оточуюче інформаційне середовище, закони його функціонування та розвитку, а головне – вміння

орієнтуватися в безмежності сучасного світу інформації. Інформаційна культура закріплюється у матеріальних і духовних цінностях, знакових системах, найновіших інформаційних технологіях, акумулюючи в них певні знання, значення, творчі здібності, уміння людини й забезпечуючи їх соціальне наслідування [7, с. 343].

Масова комунікація є важливим джерелом політичної соціалізації (процесу засвоєння знань, установок, цінностей та форм участі в сфері політики). Найбільш значущими в цьому відношенні є програми новин. Саме за допомогою ЗМІ глядачі та слухачі отримують найбільшу кількість інформації, що стосується політики. Такий інтерес тісно пов'язаний з політичною інформованістю і активним обговоренням політичних тем батьками та однолітками. Водночас, вплив масової комунікації більш виражено щодо політичних фактів та оцінок, ніж реальної політичної поведінки людей (форм участі, голосування).

На думку Козаченко О.О., соціальні медіа як інструмент патріотичного виховання можуть бути використані в такий спосіб. По-перше, створення віртуальних груп спільнот, які пропагували б патріотизм в соціальних мережах. Наприклад, у жовтні 2012 року в мережі «Вконтакте» зареєстровано 1105 спільнот та 1099 відеозаписів, які пов'язані з патріотизмом та містять ключове слово пошуку «патріот». Проте у діяльності таких груп важлива їхня активність, адже у певних випадках Інтернет-спільнота може бути цілком пасивною і не продукувати жодного медіа продукту. По-друге, розміщення в Інтернет мережі українських фільмів (включаючи художні, анімаційні і документальні), музики, літературних творів, а також відео та фото, які б розкривали тему патріотизму. Варто зазначити, що дотримання авторських прав є обов'язковою умовою завантаження такого медіа контенту. По-третє, залучення «лідерів думок» (відомих діячів зі сфери культури, політики, релігії, спорту тощо) до процесу патріотичного виховання в контексті висвітлення цієї теми в блогах,

мікроблогах, форумах, коментарях до публікацій та на персональних сторінках в соціальних мережах тощо.

Таким чином, на увагу науковців заслуговує тема розвитку соціальних медіа як інструменту патріотичного виховання, адже представники аудиторії не лише споживають, але й виробляють медіа продукт, не будучи професійними журналістами. Проте вивчення розвитку комунікативної активності української аудиторії потребує спеціальних досліджень з використанням як кількісних, так і якісних методів (масового соціологічного опитування, контент-аналізу, глибинного інтерв'ю тощо) [2, с. 370].

У зв'язку з поширенням сфери інформаційної діяльності у суспільстві змінюються професійно-кваліфікаційна, освітня структури, характер суспільної праці взагалі. Інформаційний вибух викликав зміни у сфері духовного виробництва, культури. Багато хто із західних політологів, футурологів, соціологів стверджує, що нині можна спостерігати перехід частини людства до «інформаційного суспільства», в якому інформація є основним продуктом і однією з головних цінностей суспільства. У сфері державно-політичної організації утворюється якісно новий тип управління – інформаційне управління, одним з важелів якого виступає інформаційна політика, яка через інформацію соціальну формує ідеологічне, політичне, економічне та інше мислення (свідомість) та поведінку людей [7, с. 345].

В історичному аспекті формування українського менталітету відбувалося під впливом геополітичного чинника – розташування України між Заходом і Сходом. Особливістю України є те, що вона майже постійно знаходилась між різними державно-політичними полюсами, в центрі боротьби, і включалась до складу то однієї, то іншої держави. Тому для України є характерним стан постійного маневрування. Це істотно вплинуло на формування національного менталітету і наявності в його структурі маргінального складника, що в свою чергу спричинило формування своєрідної біполярної моделі, яка поєднує лицарсько-козацький та пасивно-споглядальний типи ставлення до довкілля. У політичній сфері ці типи

менталітету виявляються, з одного боку, в бунтарстві, героїчній боротьбі за національні цінності та державну самостійність України, а з другого – в егоцентризмі, байдужості до долі власного народу і власної держави. Нація, яка довго перебувала під іноземним гнітом, починає набувати нових ментальних рис. У неї розвиваються консерватизм, комплекс меншовартості.

Отже ментальність нації, яка тривалий час не мала власної державності і перебувала у неволі, серйозно деформується. На глибшому рівні психіки продовжують функціонувати власні ментальні риси, але на них починають нашаровуватися набуті в умовах неволі ментальні настанови. Останні дедалі більше блокують, деформують і витісняють компоненти національної ментальності [1, с.134].

Формування людини-патріота потребує від суспільства постійного і свідомо організованого удосконалювання системи суспільного виховання, подолання застійних, традиційних, стихійно сформованих форм. Така практика перетворення сформованих форм виховання немислима без знань закономірностей розвитку людини в процесі онтогенезу, бо без опори на таке знання існує небезпека виникнення волюнтаристського, маніпулятивного впливу на процес розвитку, спотворення його справжньої людської природи, техніцизм в підході до людини.

Під вихованням розуміється цілеспрямований розвиток кожної людини як неповторної індивідуальності, забезпечення росту і вдосконалення моральних і творчих сил цієї людини.

Патріотизм можна і потрібно виховувати засобами масової інформації. Процеси глобалізації мають негативний вплив, якщо відбувається відмова від національної само ідентифікації, адже патріотизм зароджується там, де знають та поважають свої традиції, історію, культуру, мову. Віталій Радзівський у своєму дослідженні «Роль ЗМІ у становленні української України» розмірковує: «Хіба нам не хочеться пишатися відомими українцями? Хіба основоположником педагогічної науки в Росії не був Новгород-Сіверський українець К.Д. Ушинський? А «російський»

письменник М.В. Гоголь з Полтавщини, «російський» композитор – П.І. Чайковський з Черкащини, художник – І.Е. Рєпін з Харківщини?»). «Неможливо уявити світову фізику і медицину без українця Івана Пулюя, що відкрив катодні промені, а світову математичну науку – без полтавця Михайла Остроградського» [6].

С. Садовенко наводить цікавий приклад: українська мова серед двох тисяч мов світу Всесвітнім конгресом краси мов у Парижі ще у 1934 році була визнана за своєю милозвучністю третьою в світі!

Здавалося б, розмірковує В. Радзівський, до чого тут історично-культурологічні та футурологічні сентенції, коли мова йде про вплив ЗМІ? По-перше, треба враховувати, що якщо у людини є потужний культурний (особливо національний, традиційний) базис, є свій світогляд, є глибокі переконання та духовні цінності, то зовнішні деструктивні впливи для неї є менш небезпечними. Людина без коріння, без традицій, звичаїв, цінностей, значно скоріше впаде від вітрів та шквалів мас-медіа, їх ураганів та інформаційних буревіїв. По-друге, національно свідомою людиною здатна дивитись на усе крізь своєрідні рятівні «національні окуляри». Вона здатна, враховуючи історичний досвід свого народу та його (а, отже, і свої, своїх предків та родичів) культурні досягнення, бути більш об'єктивною, неупередженою, розсудливою, логічною та послідовною, що особливо корисно у добу, коли, на думку деяких фахівців, відбуватиметься своєрідна уніфікація, денационалізація та «стандартизація» усього людства.

Можна не знати української культури, мови, історії, але з повагою та любов'ю ставитись до них й намагатись осягнути, зрозуміти, вивчити (і колись все ж таки засвоїти!). Зовсім інша справа, – маючи всі можливості стати українським патріотом і свідомим громадянином, – перетворитись на манкурта, що не здатен пишатись своїм, який, заради примарних ідей та брехливих ідеалів паплюжить своє рідне, відрікається від того, що було святим для його батьків та дідів, цурається того, що треба любити та

примножувати, руйнує те національне, що треба зберігати і нехтує тим народним, про що треба піклуватись [5, с.143].

Мас-медіа здійснюють збір, обробку і поширення інформації для масову аудиторію. Засоби мас-медіа завдяки широкому охопленню аудиторії, технічним можливостям транслявання передач на далекі відстані дають можливість громадянам споживати медійну продукцію на власний вибір (обирати телеканал, газету, інтернет-сторінку, мову подачі інформації, можливість вибору медіа відповідно до світоглядних позицій). Це є позитивним, але паралельно ЗМІ стають найбільш ефективною формою комунікації в суспільстві, визначають зміст і якість сучасного соціокультурного середовища.

Споживаючи медіа-продукти тривалий час людина сприймає норми, цінності та ідеали, запропоновані ЗМІ, вважає їх правильними, привабливими та популярними. Одними із таких почуттів для громадян України, які відчули на собі вплив мас-медіа, стали самоідентичність громадян нашої держави, повага та пошана до Вітчизни, патріотизм [8, с. 446].

Мас-медіа мають ставитися до своєї роботи більш відповідально, не відкидаючи те, що вони несуть не просто новини і розважають населення, а серйозно впливають на думки і вчинки людей, відповідно їм варто розглядати питання виховання і просвітництва людей, використовувати свої ресурси та можливості для розбудови нового українського суспільства, виховання громадянина вільної та незалежної України, адже від становлення повноцінного соціуму виграє і сам медійний комплекс, оскільки маючи розгалужену структуру і якісний контент, він буде мати широку аудиторію, яка віддаватиме перевагу саме вітчизняним мас-медіа, а не закордонним, бо вони будуть подавати інформацію та медіа-продукцію, популярні саме в даному суспільстві.

Після розпаду СРСР став очевидним занепад духовності українського суспільства, що призвело до девальвації цінностей, часом негативного сприйняття образу патріотів України. Криза економічного, політичного та

соціального життя призвели до знецінення понять «патріот», «Вітчизна». Додавали свого мас-медіа, які пропагували нові цінності, норми та відповідно знижували рівень поваги, пошани до держави, що призвело до проблем у сфері духовності.

Аналізуючи сучасні українські ЗМІ можна сказати, що вони не виконують повністю свої функції. Це видно із того, скільки кінофільмів телепередач та телесеріалів вітчизняного виробництва транслюється українським телебаченням (сюди включається питання про те, скільки фільмів виробляється в нашій державі, їх якість, поширення та наявний попит із боку наших телеканалів та кінотеатрів наявна дуже низька підтримка українського кінематографу, що є неприпустимим, оскільки ми змушені споживати медіа-контент, вироблений за кордоном із чужими для нашого суспільства нормами, цінностями і паралельно закладеним вихованням молодих патріотів іншої держави). Є важливою мова, якою подається медіа-продукт. Це набуває особливої актуальності в контексті прийняття російської мови як регіональної в ряді регіонів держави, оскільки підтримувати рідну українську мову за будь-яких обставин необхідно.

Засоби масової інформації на теренах України є достатньо розвинутими як в технічному відношенні, так і стосовно якості контенту, взятого з-за кордону, або різних ток-шоу вітчизняного виробництва, але, на жаль, вони не переслідують мети освіти та духовного росту громадян, пропагування цінностей саме українського суспільства, виховання патріотів. Така робота повинна вестися систематично і в тісній співпраці як із громадськими організаціями та об'єднаннями, закладами освіти, так і з органами державної влади, місцевого самоврядування, потребує об'єднання зусиль усіх провідних ЗМІ, як теле – друкованих та Інтернет мас-медіа [8, с. 446].

**Висновки.** Отже, засоби масової інформації, як особливий інструмент впливу на свідомість та переконання громадян, відіграють важливу роль у формуванні політичного та патріотичного світогляду різних представників суспільного середовища. Вони мають потужний виховний ціннісно-



орієнтаційний потенціал і соціальну зумовленість, спрямовану на задоволення потреб і запитів до різних суспільних верств населення.

### Література

1. Карнаух А. Формування політичної культури молоді на сучасному етапі // Людина і політика. – 2008. – №5. – С.134–139.
2. Козаченко О.О. Соціальні медіа як інструмент патріотичного виховання / О.О. Козаченко. // VI Міжнародна науково-практична конференція з питань патріотичного виховання молоді. Запоріжжя, 2012р. – 480с.
3. Костиря І.О. Влада мас-медіа та соціальна комунікація / І.О. Костиря. // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2013. – №4. – С. 296–302.
4. Остапенко М.А. Політична культура студентів у суспільстві перехідного типу / Держава і право: Збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки. Випуск 4. – К., 1999. – С. 372–382;
5. Радзівєвський В. Роль ЗМІ у становленні української України. / В. Радзівєвський. // Український інформаційний простір: Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв / Гол. редактор М.С. Тимошик. – Число 3. – К.: КНУКіМ, 2014. – 352с.
6. Садовенко С.М. Формування національної культури особистості народною казкою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [tur.kosiv.info>tourism.culture.s-m.kazkoju.html](http://tur.kosiv.info>tourism.culture.s-m.kazkoju.html)
7. Філософський словник соціальних термінів. Видання третє, доповнене. – Х.: «Р.И.Ф.», 2005. – 672с.
8. Фролова Н.В. Засоби масової інформації як фактор впливу на розвиток патріотизму в Україні. / Н.В.Фролова. // VI Міжнародна науково-практична конференція з питань патріотичного виховання молоді. Запоріжжя, 2012р. – 480с.

