

Секция «Журналистика»

Сензитивные периоды развития личности как основа читательского назначения публикаций патриотической тематики СМИ

Огородник Елена Александровна

Студент

СПбГУСЭ, ИСУСП, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: lena_in_ogorod@mail.ru

В процессе становления личность проходит сензитивные периоды – возрастные отрезки индивидуального развития психической деятельности (восприятия, памяти), наиболее благоприятные для обучения, воспитания [3]. Сензитивные периоды помогают воспитуемым быстро овладеть каким-либо учебным материалом, перенять социальный опыт. Результат прохождения сензитивных процессов во многом определяет среда, включающая воздействие семьи, образовательных учреждений, влияние СМИ и др.

Задача СМИ – «содействовать сплочению разных национальностей вокруг идеи патриотизма, созданию целостной культуры межнациональных отношений средствами искусства и просветительского досуга, регулированию процесса социализации в молодежной среде и т.д.» [1, с. 63]. Но современные СМИ используют для коммерчески успешной реализации тиража различные способы подачи материалов (скандалы, сенсации, запретные темы). Приобретая развлекательный характер и базируясь на потребительской психологии (Кокорева О.Г., Кисельникова С.В., Салмина Г.М., Черменская С.М., Ильченко С.Н., Головнева Е.В., Лесняк В.И. и др.), СМИ не уделяют должного внимания воспитанию подлинных духовных и культурных ценностей, патриотизма.

Материалы патриотической тематики в отечественных СМИ публикуются редко, и их выход приурочен только к знаменательным историческим датам. Публикации можно встретить в газетах («АиФ», «Литературная газета», «Учительская газета»), аудиторией которых является взрослое население. Воспитательное воздействие этих материалов минимально, потому что они обращены к адресату с уже полностью сформированными ценностями и взглядами.

В популярных подростково-молодежных изданиях («Cool Girl», «Oops!», «Cosmopolitan» и др.) патриотическая тематика полностью отсутствует, хотя психофизические особенности развития аудитории (11-25 года) позволяют беспрепятственно на нее воздействовать, чтобы воспитывать патриотические чувства. Для подростков (в отличие от детей) характерна личностная рефлексия, поиск жизненного пути и активное стремление занять новую социальную позицию, утвердиться во взрослом мире. «Одним из проявлений социально развитой личности являются идеалы, становящиеся своеобразным внутренним критерием самооценки, регулятором личностного развития и нравственного самоопределения» [2]. Подростково-молодежные издания в качестве идеала и примера для подражания преподносят элементы «псевдокультуры, антикультуры, создавая искаженный исторический и современный образ российского государства» [1, с. 22], что негативно отражается на ценностно-мотивационных ориентирах будущих поколений.

В заключении можно отметить, что небольшое количество публикаций патриотической тематики в печатных СМИ и их нецелесообразное назначение не дает положительных результатов в воспитании патриотических чувств у подростковой и молодежной

аудитории, готовой в силу психофизических особенностей развития принять патриотические ценности. Продолжая воспитывать аудиторию на образцах антикультуры, СМИ порождают неостребованность публикаций патриотической тематики у молодежи и подростков в дальнейшем.

Литература

1. Воспитание патриотизма и интернационализма средствами культуры и искусства. – М.: Серебряные нити, 2006. – 96 с.
2. Журнал «Вопросы психологии»: <http://www.voppsy.ru/issues/1988/886/886031.htm>
3. Сенситивные периоды развития ребенка: <http://www.s-child.org.ru/index.php?name=Pages&>