

ваются патриотические настроения по отношению к своей фирме. В ряде случаев приверженность корпорации, в особенности многонациональной, может стать даже более сильным и влиятельным детерминантом социального поведения, чем приверженность своей стране. Под корпоративным патриотизмом следует понимать степень приверженности работников организации, желание поступаться личными интересами в интересах компании, эмоциональное сопереживание корпоративным проблемам, отвержение на подсознательном уровне предательства корпоративных интересов.

Особое значение приобретает корпоративный патриотизм в вопросах «утечки мозгов», так как одной из целей любой корпорации является привлечение и удержание высококвалифицированного специалиста, ведь неспроста современное общество часто называют обществом знаний. В условиях глобализации на миграцию квалифицированных сотрудников оказывает большое значение экономический фактор. Часто корпорации перекупают таланты. В сложившейся ситуации эффективным методом борьбы с «утечкой мозгов» может выступить корпоративный патриотизм, который основывается на символическом богатстве: имидже, бренде, репутации компании на мировом рынке. Ярким примером может послужить патриотизм японцев как по отношению к своей стране, так и по отношению к своей фирме, проявляющийся в практике пожизненного найма сотрудников.

Таким образом, корпоративный патриотизм — это направление, набирающее большую популярность в условиях глобализации. Он напрямую связан с оригинальностью культуры, созданной определенным сообществом, и не зависит от единой религии или национальной принадлежности.

Литература

1. Устинова, О. В. Формирование корпоративной идентичности персонала / О. В. Устинова, Е. В. Чуприна // Вестн. Челябин. гос. ун-та. — 2014. — № 24 (353).

Е. В. Шубенок, О. С. Сысоева
БГЭУ

ФОРМИРОВАНИЕ ПАТРИОТИЗМА БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Вопросу воспитания патриотизма постоянно уделяется значительное внимание как со стороны научных кругов, так и со стороны политической общественности. Главным условием успешного развития патриотизма является его соответствие текущему времени. Целью данной статьи является анализ уровня патриотизма и развития социальных сетей как способа его распространения.

В данной статье проанализированы такие социальные сети, как «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Twitter, YouTube и Google+.

Наш анализ уровня патриотизма был начат с социальной сети «ВКонтакте». Количество сообществ с тегом «патриотизм» составило 393. При этом самые крупные из них имеют небольшое количество подписчиков — около 3000. Цифры говорят об определенной заинтересованности пользователей в патриотизме, однако этот интерес сравнительно небольшой.

Аналогичные дескрипторы были выявлены в социальной сети «Одноклассники»: по ключевому слову «патриотизм» нашлось 370 тематических групп. В социальной сети «Одноклассники» размещаются группы с большим количеством участников, чем в группах «ВКонтакте». Некоторые из них имеют около 10 000 подписчиков, к примеру: «ЗОЖ», «Патриотизм», «Беларусь», «Информационная, спортивно-патриотическая группа».

Facebook пользуется огромной популярностью среди молодого поколения. Сразу можно сказать, что патриотическое единство практически отсутствует в данной популярной сети, к примеру, группа «Либерализм и патриотизм» имеет всего 19 участников.

В сети Twitter, к сожалению, количество выявленных страниц по теме «патриотизм» не столь велико, как, например, в сети «ВКонтакте». По тегу «патриотизм» нашлось всего лишь 25 групп, но наиболее популярной является цитата: «Самые большие подвиги добродетели были совершены из любви к отечеству».

Видеохостингом, который имеет все признаки социальных сетей с записями и комментариями, является популярный ресурс YouTube. В анализе данного хостинга особенностью стало то, что здесь осуществлялся поиск наиболее популярных каналов, или своеобразных аналогов социальных групп, на которые оформлена подписка пользователей. По тегу «патриотизм» выявлено 34 канала. Наиболее популярный — «Я Патриот» (3 732 подписчика), менее популярный — «Гражданский Патриотизм» (25 подписчиков).

Данные социологических опросов показывают, что уровень современного патриотизма обусловлен социальными факторами, а сам патриотизм, представляя собой гордость за прошлое, поддерживается социальными сетями. Вместе с тем, как показывает анализ, уровень патриотической консолидации пользователей Рунета недостаточно высок. В качестве вывода следует отметить, что социальные сети рекомендуются использовать как ресурс для развития патриотизма в студенческой среде.

Литература

1. Карамзин, Н. М. О любви к отечеству и народной гордости / Н. М. Карамзин // Избранные сочинения : в 2 т. — М., Л., 1964.
2. Демидова, Е. И. Патриотизм в своей идее неизменен / Е. И. Демидова, В. К. Криворученко. — Саратов : Изд-во СГУ, 2008.