

ФОРМИРОВАНИЕ СМЫСЛОЖИЗНЕННЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ СРЕДСТВАМИ МАССМЕДИА

Крылова Е. Л.

*Самарский филиал Московского городского педагогического университета,
Самара, Российская Федерация
temina@mail.ru*

В статье важный период юности характеризуется самоопределением, осознанием себя, определением личности, пониманием будущих перспектив и разработкой планов на жизнь и карьеру. В работе акцент сделан на смысловые ориентации как системы сознательных и избирательных связей, формирующих направленность личности, включающую в себя: жизненные цели, осмысленность выборов личности, удовлетворенность жизнью, способность брать за нее ответственность. Смысловые ориентации рассматриваются с двух позиций: сферы жизни, где человек может найти смысл своей жизни, и связь смысла жизни с прошлым, настоящим и будущим молодого человека. Они направляют поведение и личностное развитие, определяют выбор жизненного пути, самоопределение и потенциал человека как в настоящем, так и в будущем. В условиях социальной нестабильности, когда прежние ценности перестают работать, студенты ищут новые смысловые ориентации и стремятся адаптировать их к своим условиям. Массмедиа могут помочь формированию смысловых ориентаций у студенческой молодежи.

Ключевые слова: студенчество, смысловые ориентации, жизненные установки, формирование общественного сознания, массмедиа, медианструменты, мультимедийные проекты, модель создания медиа-проектов.

Студенчество – это период в развитии человека, когда личность начинает понимать мир, активно участвует в социальных процессах (нормы, роли), что соответствует процессу социализации, одновременно изменяя их на уровне личных и более устойчивых смысловых структур. Эти изменения способствуют формированию индивидуальной системы смыслов, которая делает личность уникальной. Важным моментом в достижении жизненного и профессионального самоопределения студента является формирование смысловых ориентаций в системе образования [1]. Смысловые ориентации – это целостная система сознательных и избирательных связей, отражающая направленность личности, наличие жизненных целей, осмысленность выборов и оценок, удовлетворенность жизнью (самореализацией) и способность брать за нее ответственность, влияя на ее ход [2]. Согласно В. Э. Чудновскому, смысловые ориентации должны быть продуктивными, то есть способствовать позитивному развитию личности [4].

Смысловые ориентации могут быть рассмотрены с двух точек зрения: сферы жизни, где человек может найти смысл своей жизни, и связь смысла жизни с прошлым, настоящим и будущим человека. Они формируются в социокультурной среде при усвоении социального опыта и проявляются в целях, идеалах, убеждениях, интересах и других аспектах сознания личности. Они направляют поведение и личностное развитие, определяют выбор жизненного пути, самоопределение и потенциал человека в настоящем и будущем. В условиях социальной нестабильности, когда прежние ценности перестают работать, студенты ищут новые смысловые ориентации и стремятся адаптировать их к своим условиям. Массмедиа могут помочь формированию смысловых ориентаций у студенческой молодежи, предлагая различные рамки для осмысления мира и самого себя.

Смысловые ориентации позволяют судить об осмысленности и насыщенности жизни конкретного человека, а также влияют на существование всего сообщества людей. По мнению В. Франкла, без поиска и обнаружения смысла своей жизни невозможно достичь ощущения счастья [3]. В настоящее время молодежь сталкивается с необходимостью самостоятельно определить свои нормы, ценности и смыслы жизни. В период юности, который является особенно важным для самоопределения, происходит осознание себя, определение своей личности, понимание будущих перспектив и разработка планов на жизнь и карьеру.

В данном периоде процесс внутреннего осмысления культурных ценностей может подвергаться случайным влияниям и отличаться непредсказуемостью и спонтанностью. Жизненные установки личности, ее перспективы и планы являются отражением духовной жизни общества и формируются под воздействием общественных факторов, системы воспитания и обучения, а также определенной структуры общественных отношений. Жизненные установки представляют собой динамическое отражение ценностных концепций личности на конкретные условия ее повседневной жизни. Важным условием успешной самореализации студента в будущем является согласованная и последовательная система жизненных установок, которая лежит в основе формирования содержательных и хронологически согласованных жизненных целей, и планов. Исследование жизненных установок студентов и динамики их развития в процессе обучения в вузе позволяет выявить новые возможности для повышения эффективности процесса личностного и профессионального самоопределения и становления современных молодых людей. Особое внимание следует уделять развитию смысловых ориентаций у студентов-первокурсников. В процессе адаптации к обучению в вузе они могут столкнуться с различными проблемами, такими как отрицательные эмоции, неопределенность в выборе профессии, недостаточная психологическая подготовка, неумение регулировать свое поведение и деятельность, поиск оптимального баланса между работой и отдыхом, налаживание быта и самообслуживания, а также отсутствие навыков самостоятельной работы. В таких условиях студенту необходимо определить свою судьбу и найти свой жизненный путь, который приведет его к успеху. Осознание смысла жизни происходит в процессе решения внутренних или межличностных конфликтов. Однако на этапе адаптации к вузу студенту-первокурснику может быть сложно осознанно принимать решения и воплощать их в жизнь.

Вопросами формирования смысловых ориентаций занимаются не только образовательные учреждения среднего и высшего профессионального образования, но также массмедиа. На примере ГТРК «Самара» – государственной региональной телерадиокомпании, филиала Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании – демонстрируется система данной работы, включая формирование патриотического сознания. ГТРК «Самара» в настоящее время использует современные телевизионные и радиовещательные технологии, включая цифровой формат сигнала. Компания имеет передвижную телевизионную станцию Full HD и передвижную спутниковую станцию связи. Она стала первой региональной компанией, перешедшей на цифровое вещание. В 2021 году в ГТРК «Самара» была открыта новая универсальная конвергентная многоформатная студия, которая позволяет вещать на различные медийные платформы и среды, включая радио, телевидение и интернет. Она также позволяет организовывать онлайн-конференции на платформе Zoom и преобразовывать студию в радиостудию, телестудию или площадку для звукозаписи и выступлений музыкальных коллективов. Кроме того, проводятся телемосты между мультимедийной студией, радио- и телевизионными аппаратами, а также осуществляется прямая трансляция на телеканале холдинга. ГТРК «Самара» вещает на канале «Россия-1» и предлагает разнообразный контент, включая новости, тематические передачи по экономике, экологии, здравоохранению, образованию и демографии. Канал «Россия-24» также представляет новости, спик-шоу, специальные репортажи и тематические программы. «Самара 24» – канал с 24-часовым программированием, ставший обязательным и общедоступным в 2020 году. ГТРК «Самара» активно участвует в мультимедийных проектах, направленных на формирование общественного сознания и традиционных ценностей, способствующих гражданскому единству и культурной идентичности. Сотрудники компании регулярно участвуют и побеждают в профессиональных конкурсах, подтверждая высокий уровень образования и профессионализма.

Медиаинструменты, такие как телевидение, радио и печатные СМИ, играют важную роль в формировании смысловых ориентаций и ценностей в обществе. Современное медиапространство и конвергентность медиаресурсов создают возможности для реализации медиапроектов, направленных на воспитание аудитории в духе традиционных ценностей, что является ключевым элементом государственной культурно-образовательной политики.

В качестве основного метода формирования общественного сознания аудитории предлагается медиапроект, посвященный определенной теме, создание которого включает использование новейших технологий, многоформатной цифровой реальности, разнообразия мультимедийных платформ и инструментов СМИ. Проекты СМИ необходимы не только для передачи знаний и осуществления просветительской, педагогической и воспитательной функций, но и для привлечения аудитории к участию в изучении материала, обмена знаниями и формирования общих морально-нравственных ценностей. Примером таких проектов могут служить медиапроекты, разработанные и реализованные ГТРК «Самара», способствующие формированию общественного сознания целевой аудитории (рис. 1).

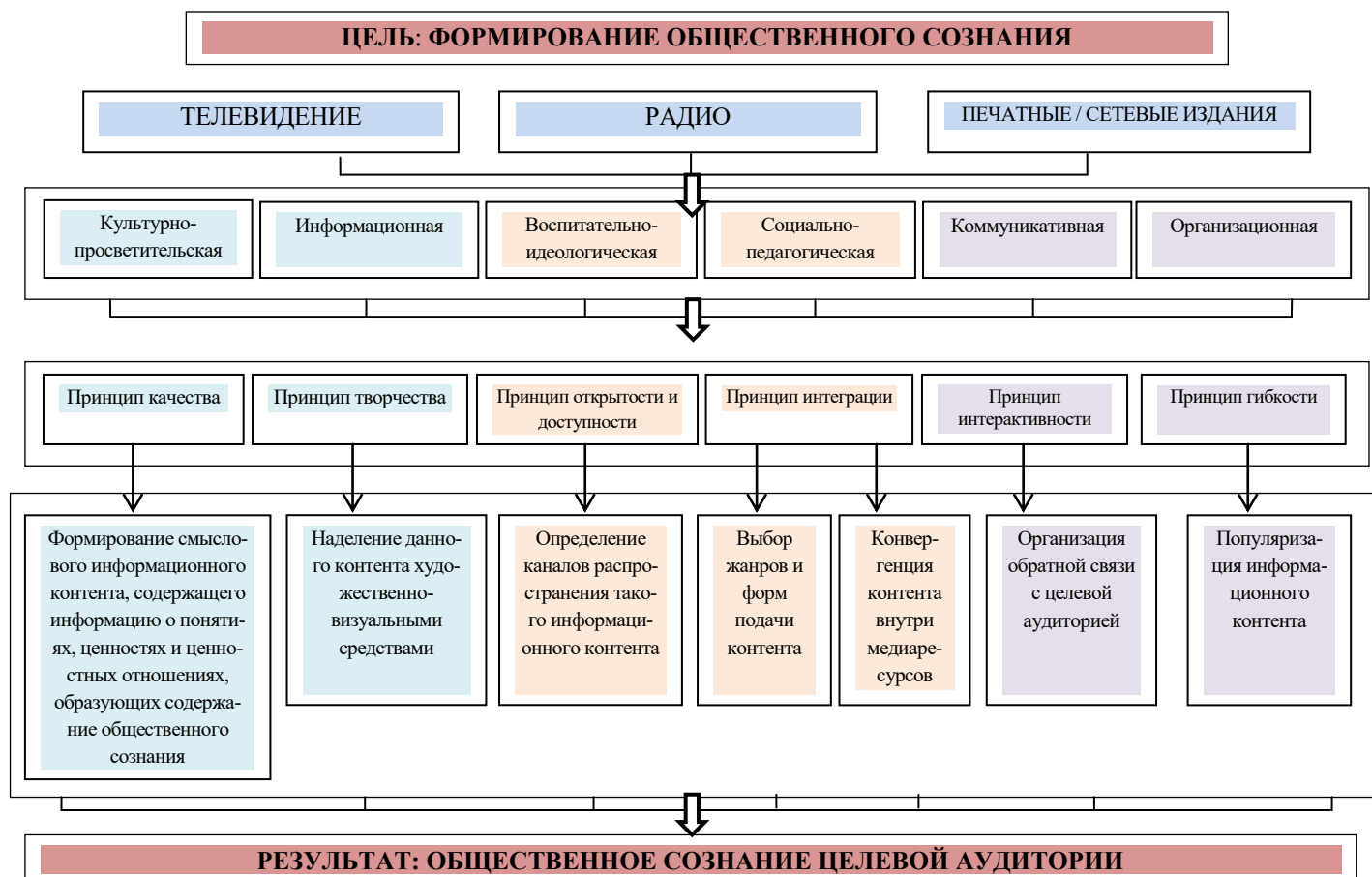


Рис. 1. Медиапроект – средство формирования общественного сознания

Один из таких проектов – мультимедийный проект «Год Великой Победы», посвященный празднованию победы в Великой Отечественной войне. В его создании принимали участие жители региона, рассказывающие истории своих родственников, участвовавших в боях Великой Отечественной и ковавших Победу в тылу.

В ходе реализации проекта «Здесь тыл был фронтом» были собраны материалы о роли Самары во время Великой Отечественной войны и ее вкладе в Победу. Эти материалы подтвердили заслуженный статус Самары как «Столицы тыла» и послужили основой для создания мультимедийной выставки в краеведческом музее имени П. В. Алабина. Выставка рассказывает о роли Куйбышева в истории государства и о значимости Самары в современной России. Это помогло создать позитивный имидж региона и укрепить его позиции на карте Российской Федерации, а также способствовало воспитанию любви и уважения к родному краю. В рамках проекта был организован Всероссийский телемарафон «Здесь тыл был фронтом», который проходил в Самаре и включал сюжеты и прямые включения из всех регионов страны. Марафон транслировался на федеральном канале «Россия24» и в Интернете, и его увидели люди со всего мира. Особенностью марафона было то, что он проходил из Бункера

Сталина, исторического объекта, построенного в 1941 году в «запасной столице», с глубины 11-этажного дома.

В компании была разработана модель создания медиапроектов, включающая следующие этапы реализации:

- формирование смыслового информационного контента, содержащего информацию о понятиях, ценностях и ценностных отношениях, формирующих общественное сознание. На данном этапе проводилась работа по выработке ключевых смыслов, таких как позиционирование Самарской области как центра современной России, формирование звания «столицы тыла», пробуждение гордости за родственников и земляков, внесших неоценимый вклад в Победу;

- наделение контента художественно-визуальными средствами, включая поиск, отбор и анализ архивных материалов, выбор названий, написание концепций, сценариев, съемку, озвучку, монтаж программ и сюжетов, разработку брендбука проекта;

- определение каналов распространения контента, включая изучение и анализ «ядерной» аудитории, выбор эффективных медиапланов, максимальное охват целевой группы. В качестве каналов распространения использовались теле- и радиоканалы, сайт, соцсети, пресса, музейная экспозиция;

- выбор жанров и форм подачи контента, включая яркие креативные решения, использование классических жанров и форм, а также нетрадиционные для СМИ формы, такие как межрегиональный телемарафон, «Голубые огоньки» и мультимедийная выставка в краеведческом музее;

- конвергенция контента внутри медиаресурсов, включая формирование общего контента с его последующей адаптацией под различные формы и жанры, а также каналы распространения;

- организация обратной связи с целевой аудиторией, включая мотивацию участников проекта к созданию собственного контента на основе историй своих родственников, идеи, трансформируемой в реальную силу;

- популяризация информационного контента, включая формирование PR-стратегии, использование различных инструментов продвижения, таких как телевизионные и радиоресурсы компании, баннерная реклама, продвижение в партнерских СМИ, интернет-ресурсы.

Результаты проекта показали, что более 2,8 миллионов человек были привлечены к нему, способствуя формированию общественного сознания у аудитории и участников проекта. Это было достигнуто путем приобщения к историческим основам, обогащения знаний о малой Родине и закрепления морально-нравственных ценностей через эмоционально-психологический эффект воздействия.

Литература / References

1. Жаткина К. А. Проявление смысложизненных ориентаций в юношеском возрасте. – URL: <https://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/4103> (дата обращения: 06.05.2024).
2. Каунова Н. Г. Исследование смысложизненных ориентаций и значимости смысла жизни современной молодежи (на материале Молдовы): автореф. дис. ... к. психол. н. – М., 2006.
3. Франкл В. Человек в поисках смысла. – М.: Прогресс, 1990.
4. Чудновский В. Э. К проблеме адекватности смысла жизни // Мир психологии. – 1999. – № 2. – С. 74–80.

FORMATION OF LIFE-MEANING ORIENTATIONS OF THE STUDENTS BY MEANS OF MASS MEDIA

Krylova E. L.

*Samara Branch of Moscow City University, Samara, Russian Federation
temina@mail.ru*

In this work a crucial period characterized by self-determination, self-awareness, identity formation, and the development of future life and career plans. The paper focuses on life-meaning orientations as systems of conscious and selective connections that shape an individual's direction in life, including life goals, the meaningfulness of personal choices, life satisfaction, and the ability to take responsibility for one's life. Life-meaning orientations are examined from two perspectives: the spheres of life in which a person can find meaning, and the connection between life meaning and a young person's past, present, and future. They guide behavior and personal development, determine life path choices, self-determination, and an individual's potential both in the present and in the future. In conditions of social instability, when previous values cease to function, students search for new life-meaning orientations and strive to adapt them to their circumstances. Mass media can play a role in shaping life-meaning orientations among the students.

Keywords: the students, life-meaning orientations, life attitudes, formation of public consciousness, mass media, social media tools, multimedia projects, a model for creating media projects.