

**Гордина Ольга Васильевна**

канд. пед. наук, доцент

**Гордин Александр Иннокентьевич**

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

г. Иркутск, Иркутская область

## **ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ ПО ЦЕННОСТНОМУ САМООПРЕДЕЛЕНИЮ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В РАМКАХ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

***Аннотация:** авторы исследуют педагогические средства для организации учебного процесса с позиций аксиологического подхода. Акцент сделан на ценностных ориентациях, защите национальной, культурной идентичности студенческой молодежи. В статье представлены результаты одного из исследований социокультурного пространства города на предмет излишнего, неоправданного использования англоязычных слов, проведенного силами студентов педагогического института в рамках учебного процесса.*

***Ключевые слова:** ценностное самоопределение, информационная колонизация, культурная идентификация.*

Современная система высшего педагогического образования является пространством взросления и профессионального самоопределения студенческой молодежи. Устойчивой тенденцией последнего десятилетия является глобальная цифровизация, которая органично вошла в нашу повседневную жизнь и в образовательное пространство вузов, в частности. Виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность обогащают учебный процесс технологическими изысками. Погружение в виртуальный мир в рамках учебных занятий мотивирует, увлекает студентов. Вузы, ориентируясь прежде всего на компетентностный подход в образовании, получение первого опыта профессиональной деятельности, как правило, оставляют ценностное самоопределение личности на усмотрение самого студента – как в виртуальном, так и в реальном мире. Здесь вос-

питателем, формирующим ценностные ориентации молодого человека, становится социокультурное пространство, в котором он постоянно находится и испытывает, казалось бы, косвенное, но весьма существенное воздействие на своё сознание и социальное поведение. И, что особенно важно, в этом возрасте происходит формирование в сознании молодого человека ценностного ядра, на которое будут опираться его профессиональные и личностные достижения. Возникает противоречие между ограниченными аксиологическими ресурсами образовательного процесса и возрастающими запросами к уровню сформированности ценностных ориентаций как основы профессиональных качеств будущего специалиста в сфере педагогической деятельности. В связи с этим представляет интерес ценностно-смысловое содержание социокультурного пространства, в котором студент находится. Остроту противоречию придает цифровая трансформация повседневного общения, которая обесценивает непосредственные межличностные коммуникации, заменяя их опосредованным техническими средствами квазиобщением, «иллюзорным богатством контактов, которые, как правило, постепенно растворяются в виртуальном пространстве, обнажая ситуацию реального социального одиночества [1]. Требуется оценка рисков ценностной девальвации у молодежи под влиянием информационной войны, набирающей силу в современном обществе. Существенную роль в обесценивании традиционных ценностей может сыграть уже состоявшаяся информационная колонизация социокультурного пространства России, которая проявляется в неоправданно масштабном использовании иностранных слов, иностранных названий для отечественных торговых марок, магазинов, гостиниц и так далее. Необходимо осуществление и распространение действий по нашей информационной деколонизации не только на информационном, но и правовом уровнях.

Вся исследовательская работа осуществлялась в рамках изучения курса «Аксиологические основы психолого-педагогической деятельности». Профиль подготовки: психология и социальная педагогика. Образовательный процесс включал в себя наряду с лекционным материалом существенный массив практических занятий, которые были организованы как исследовательская работа. В

работе со студентами был применен комплекс качественных и количественных методов исследования, включающий контент-анализ наличия признаков информационной колонизации в социокультурном пространстве города, в СМК, на телевидении, в соцсетях. Проводились фокус-группы и опросы респондентов на предмет их ценностного самоопределения. В рамках практических занятий по дисциплине с использованием технологии развития критического мышления через чтение и письмо (видеокейс, парадигматический анализ, эссе) изучались материалы первоисточников по педагогической тематике, относящиеся к разным историческим периодам развития нашего общества, определялась их ценностная доминанта. В качестве альтернативы индивидуалистической, потребительской жизненной позиции студентам предлагалось знакомство с добровольческими молодежными организациями, включение в социально значимую деятельность. В фокусе внимания авторов был процесс ценностного самоопределения современной студенческой молодежи, получающей психолого-педагогическое образование в условиях вуза, и риски влияния на данный процесс информационной колонизации социокультурного пространства страны.

В качестве инструмента для изучения социокультурного пространства города был применен контент-анализ. Студентам предстояло провести исследование социокультурной среды в разных районах города Иркутска на предмет наличия и уровня распространенности иностранных слов, сопровождающих иркутян в их повседневной жизни. Там, где это возможно, предлагалось дать перевод названия, найти в литературе пояснения, смысл названий. Подобрать синонимы на русском языке. Результаты, которые были получены, заставили молодых людей взглянуть на проблему защиты и сохранения родного языка, национальной культуры более осознано. О наличии признаков информационной колонизации говорили многочисленные названия предприятий и доминирующие в пространстве города вывески на иностранном языке. Назовём некоторые самые популярные из них, которые зарегистрированы именно российскими гражданами и осуществляют свою производственную и торговую деятельность на территории России: AKAI creati (Россия), ALtheBA (Россия-Китай), CARNABY,

CHESTER (Россия), Bagbier (Омск), Erich Krause (Йошкар-Ола и Москва), Faberlic (Россия, бывшая «Русская линия»), Grand di Oliva (Челябинск), Grand di Pasta, Greenfield (С.-Петербург), Curtis (Россия), Gulliver (Россия), Л'Этуаль (Россия), Wildberries (Россия) и др.

В ходе исследования было выявлено множество примеров, которые свидетельствуют о прямом невежестве либо об откровенном тайном издевательствах над массовым невежеством простых россиян как из числа продавцов, так и из числа покупателей. Учреждение называется именем мифологического, литературного героя. У каждого такого героя есть своя история. Следовательно, у названия появляется определенная смысловая нагрузка. Порой за этими именами проглядывает неприемлемый для данного учреждения или заведения смысл. Один из ярких примеров, иллюстрирующих это, торговая аптечная сеть с гордым названием «Селеста». Достаточно открыть словарь и прочитать: «Селеста – богиня смерти, олицетворённая смерть, посланница и сестра Аида». Жители Иркутска могут наблюдать яркую вывеску на престижном ресторане «Самсон» (Самсон – это библейский герой, которого опоила вином Далила, остригла его длинные кудрявые волосы, в которых заключалась его нечеловеческая сила, а затем предала его в плен врагам – филистимлянам), а на кафе, излюбленном месте покупки сладостей для детей, красуется название «Фрида» (возникает аналогия. Фрида – второстепенный персонаж романа «Мастер и Маргарита», одна из приглашённых на бал к Воланду грешница. Это молодая женщина лет двадцати, которая когда-то работала в кафе, и хозяин этого заведения воспользовался ее беспомощностью. Через девять месяцев она родила мальчика и задушила его платком). Иногда, наблюдая вывески, украшающие торговые и культурные учреждения, указатели и другие «торговые навигаторы», на которых латиницей написаны, часто неправильно, англоязычные наречия, кажется, что на них проступает лик Людоедки Элочки – персонажа, воплощающего невежество и поклонение всему заграничному, из бессмертного произведения И. Ильфа и Е. Петрова «12 стульев».

При обсуждении со студентами результатов исследования, подчеркиваем, что Иркутск – это Россия, Сибирь. Возникает закономерный вопрос, на который мы пытаемся найти ответ вместе: кто адресат, для которого пестрят англоязычные вывески в этом регионе? Обоснованного логичного ответа найти не удастся. Кроме того, что формируемая таким образом социокультурная среда города призвана размывать ценностную, национальную, региональную идентичность молодежи. К этому выводу студенты приходят сами, находясь под впечатлением от осознания масштабов засилья англоязычных текстов в повседневной жизни молодежи. Результаты контент-анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1

Контент-анализ социокультурного пространства г. Иркутска  
на предмет использования иностранных слов

| Единицы счета                                     | Единицы анализа (в %) |          |  |          |
|---|-----------------------|----------|--|----------|
|   | Пространство улиц     |          | Пространство<br>торгово-развлекательных<br>центров |          |
|   | Рус.яз                | Англ.яз. | Рус.яз   | Англ.яз. |
| Вывески   | 46                    | 54       | 32   | 68       |
| Реклама   | 54                    | 46       | 38   | 62       |
| Названия улиц, указателей и т. п.                 | 80                    | 20       | █  | █        |
| Названия мероприятий, игр, блюд, социальных ролей | █                     | █        | 43   | 57       |

Как рефлексия на исследование социокультурного пространства города в рамках данного задания были написаны студенческие эссе, творческие работы.

Будущие педагоги размышляли о ценностях, которые должны быть сформированы у молодого поколения для того, чтобы не потерять духовное наследие наших предшественников. Чрезмерное обращение к иностранному языку в политике, деятельности СМИ, в науке и образовании указывает на действия, направленные на постепенный отказ от национальной идентификации в пользу девальвации ценностного, культурного кода народа [2]. Идет незаметная подмена ценностей, норм поведения и, в конечном счёте, жизненных смыслов молодежи. В психологии подобная технология называется «эффектом сваренной лягушки».

По нашему мнению, сегодня в России с помощью простого эмпирического наблюдения можно обнаружить множество фактов успешного применения этой технологии против нашей страны в разнообразных сферах деятельности. Поэтому полагаем, что меры, направленные на защиту русского языка, которые с трудом пробивают себе дорогу в нашем социокультурном пространстве, актуальны и заслуживают внимания и поддержки студенческой молодежи и педагогического экспертного сообщества.

### *Список литературы*

1. Гордин А.И. Трансгуманизм как следствие возможной тотальной цифровизации образования (опыт психолого-педагогического анализа) / А.И. Гордин, О.В. Гордина // Педагогика. Вопросы теории и практики. – 2021. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transgumanizm-kak-sledstvie-vozmozhnoy-totalnoy-tsifrovizatsii-obrazovaniya-opyt-psihologo-pedagogicheskogo-analiza> (дата обращения: 03.03.2026). DOI 10.30853/ped210086. EDN UWBVLN
2. Липина М.А. Введение в лингвокультурологию / М.А. Липина. – Иркутск: ИГУ, 2018. – 28 с.
3. Розенберг Н.В. Государственная идентичность российской студенческой молодежи (социологический аспект) / Н.В. Розенберг, М.К. Карпова // Наука. Общество. Государство: электронный научный журнал. – 2024. – №3(12). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-identichnost-rossiyskoy-studencheskoy-molodezhi-sotsiologicheskiiy-aspekt> (дата обращения: 03.03.2026).