ISSN 2411-7943

идеи и новации

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

МЕДИАКЛАССЫ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Т. 10 № 4
2022

ИДЕИ И НОВАЦИИ

Научно-практический журнал

Научно-практический журнал «ИДЕИ И НОВАЦИИ» готов предоставить свои страницы для публикации статей, содержащих интересные идеи и предлагающих пути их реализации.

Журнал ориентирован на представителей естественных, технических и гуманитарных наук, так как на их стыке рождаются новые направления научного поиска.

Ключевыми направлениями журнала являются: естественные и технические науки; экономика и управление отраслями; искусствоведение и культурология; массовая информация и коммуникация; история науки.

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки (договор № 354-06/2016 от 15 июня 2016 г.).

Редакционный совет журнала

Председатель: Садовничий Виктор Антонович, доктор физико-математических наук, профессор, академик РАН, ректор, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия;
ORCID https://orcid.org/0000-0003-1133-1940; e-mail: info@rector.msu.ru;
https://www.msu.ru/info/struct/rector.html

Заместители председателя:

Коханова Людмила Александровна – **главный редактор**, доктор филологических наук, профессор, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия;
ORCID https://orcid.org/0000-0001-8290-4078; e-mail: l_kokhanova@mail.ru;
https://istina.msu.ru/profile/kochanova/

Либерзон Марк Романович – **председатель экспертного совета**, доктор физико-математических наук, профессор, вице-президент Российской инженерной академии, г. Москва, Россия; ORCID https://orcid.org/0000-0001-8306-2474;
e-mail: mark@fund.ru; http://www.fund.ru/liberzon/rus/index.asp

Члены совета:

Александров Александр, доктор технических наук, профессор, академик Российской инженерной академии, летчик-космонавт, г. София, Республика Болгария; ORCID https://orcid.org/0000-0003-1265-6122;
e-mail: alexblag@spnet.net;
https://google-info.org/1064835/1/aleksandrov-aleksandr-kosmonavt.html

Алифанов Олег Михайлович, доктор технических наук, профессор, академик РАН, МАИ (национальный исследовательский университет), г. Москва, Россия; ORCID https://orcid.org/0000-0003-2258-7511;
e-mail: o.alifanov@yandex.ru; https://mai.ru/content/people/index.php?ID=6514

Гусев Борис Владимирович, доктор технических наук, профессор, член-корреспондент РАН, президент Российской и Международной инженерных академий, г. Москва, Россия; ORCID https://orcid.org/0000-0003-2718-9539;
e-mail: info@rae.ru; http://www.info-rae.ru/prezidium/prezident-ria/

Комиссаров Валерий Петрович, кандидат филологических наук, доцент, Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, г. Чебоксары, Россия; ORCID https://orcid.org/0000-0002-7052-0648;
e-mail: valerijkomissarov134@gmail.com;
http://chuvjour.ru/index.php/2012-01-19-13-17-56/45

Кравцов Владимир Владимирович, доктор филологических наук, профессор, Институт государственной службы и управления, г. Москва, Россия;
ORCID https://orcid.org/0000-0003-1617-5238; e-mail: kravtsov-vv@ranepa.ru;
https://igsu.ranepa.ru/person/p162071/

Речицкий Леонид Антонович – кандидат исторических наук, доцент ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», г. Москва, Россия; ORCID
https://orcid.org/0000-0002-5878-5846; e-mail: lenor-lar@rambler.ru;
https://istina.msu.ru/profile/Retchitsky/

Самойлов Вячеслав Александрович, доктор экономических наук, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Россия; ORCID
https://orcid.org/0000-0003-3996-6411; e-mail: akkork@yandex.ru;
https://synergyonline.ru/programm/finansovyij_menedzhment_mba

Семёнова Виктория Владимировна, доктор социологических наук, профессор Государственного академического университета гуманитарных наук, Институт социологии ФНИСЦ РАН, г. Москва, Россия;
ORCID https://orcid.org/0000-0001-7708-8707; e-mail: victoria-sem@yandex.ru;
https://www.isras.ru/pers_about.html?id=91

Старовойтов Эдуард Иванович, доктор физико-математических наук, профессор, Белорусский государственный университет транспорта, г. Гомель, Республика Беларусь; ORCID https://orcid.org/0000-0002-2550-5377; e-mail:
edstar0@yandex.by; https://www.bsut.by/rosters/personal/starovoitov

Тикунов Владимир Сергеевич, доктор географических наук, профессор, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия; ORCID https://orcid.org/0000-0002-1597-6909;
e-mail: tikunov@geogr.msu.su https://istina.msu.ru/profile/TikunovVS/

Фаркаш Берталан, доктор технических наук, профессор Будапештского университета имени Лоранда Этвёша, почетный профессор МГУ имени М.В. Ломоносова, летчик-космонавт, г. Будапешт, Венгерская Республика;
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9104-6201; e-mail: farkas.bertalan@gmail.com;
https://ru.wikipedia.org/wiki/Фаркаш, Берталан

Черняк Александр Викентьевич, доктор исторических наук, профессор, ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», г. Москва, Россия;
ORCID https://orcid.org/0000-0003-0521-3278; e-mail: alcherniak@mail.ru;
https://www.rulit.me/authors/chernyak-aleksandr-vikentevich

Яновский Леонид Самойлович, доктор технических наук, профессор, ФАУ «ЦИАМ им. П.И. Баранова», г. Москва, Россия;
ORCID https://orcid.org/0000-0002-2603-6795; e-mail: lsyanovskiy@ciam.ru;
https://ciam.ru/en/

Коханова Людмила Александровна – главный редактор

Мельников Владимир Анатольевич – **заместитель главного редактора**, Филиал Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в г. Севастополе, Россия; ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0409-5863; e-mail:
matros1949@yandex.ua; https://istina.msu.ru/profile/MelnikovVA/

Зайченкова Елена Борисовна – редактор, кандидат технических наук, Международный фонд попечителей Московского государственного авиационного технологического университета имени К.Э. Циолковского

Савари Камилла Камильевна – ответственный секретарь, г. Москва, Россия

Экспертный совет журнала

Председатель: Либерзон Марк Романович, доктор физико-математических наук, профессор, вице-президент Российской инженерной академии, г. Москва, Россия;
ORCID https://orcid.org/0000-0001-8306-2474; e-mail: mark@fund.ru;
http://www.fund.ru/liberzon/rus/index.asp

Члены совета:

Барковский Андрей Львович, доктор микробиологических наук и окружающей среды, профессор, Университет свободных искусств, штат Джорджия, г. Милледжвилл, США; ORCID https://orcid.org/0000-0002-8483-2079; e-mail:
andrei.barkovskii@gcsu.edu; https://www.researchgate.net/profile/Andrei-Barkovskii

Никулин Валерий Александрович, доктор технических наук, профессор, вице-президент, Российская инженерная академия, г. Москва, Россия;
Камский институт гуманитарных и инженерных технологий, г. Ижевск, Россия;
ORCID https://orcid.org/0009-0002-9768-0905; e-mail: v.a.nikulin@urfu.ru;
www.kigit.ru

Ванев Георгий Станев, доктор политических наук, профессор, главный редактор газеты «Работнический вестник», Республика Болгария, г. София;
ORCID https://orcid.org/0000-0002-6448-0213; e-mail: alcherniak@mail.ru;
http://ideasnov.ru/wp-content/uploads/2020/02/Idei_i_novacii_T7_1.pdf

Ерешко Феликс Иванович, доктор технических наук, профессор, Вычислительный центр имени А.А. Дородницына, ФИЦ «Информатика и управление» РАН, г. Москва, Россия; ORCID https://orcid.org/0000-0002-1732-2204; e-mail:
fereshko@yandex.ru; http://www.ccas.ru/depart/ereshko/ereshko.htm

Кэмпбелл Ян, доктор философии, профессор, Высшая школа экономики, г. Прага, Чешская Республика; ORCID https://orcid.org/0000-0002-8230-2824; e-mail: jancam@jancam.eu; https://forum-100.ru/spikery/kempbell/

Соколов Владимир Петрович, доктор технических наук, профессор, Институт проблем энергетической эффективности НИУ «МЭИ», вице-президент Федерации космонавтики России, г. Москва, Россия;
ORCID https://orcid.org/0000-0002-2947-5742; e-mail: vl.sokolov2013@mail.ru;
https://famous-scientists.ru/5793.

Учредители: Общероссийская общественная организация «Российская инженерная академия» (РИА); Автономная некоммерческая организация «Институт региональной журналистики»; Общество с ограниченной ответственностью «Творческое объединение “Союз”».

Адрес редакции: 109004, Москва, ул. Александра Солженицына, д. 19, стр. 2
Телефоны: +7(977) 807-3397, +7(499) 343-8947; e-mail: ideasnov@yandex.ru; www.ideasnov.ru.

© ООО «Российская инженерная академия» (РИА),
АНО «Институт региональной журналистики», 2022

ISSN 2411-7943

IDEAS AND INNOVATIONS

SCIENTIFIC AND PRACTICAL JOURNAL

MEDIA CLASSES IN THE ERA OF DIGITALIZATION

Vol. 10 No. 4
2022

IDEAS AND INNOVATIONS

Scientific and practical journal

The «Ideas and Innovations» academic and practical journal is ready to dedicate its pages to the publication of articles with interesting ideas and suggestions for their implementation. The journal targets representatives of natural and technical sciences and humanities because at the junction of these sciences, promising directions of research endeavor are often born.

The key focus areas of the journal are: natural and technical sciences; economics and management of industries; arts and cultural studies; mass information and communication; history of science.

Materials of the journal are placed on the platform of the Russian Science Citation Index of the Russian Science Electronic Library (Agreement no. 354-06/2016 of June 15, 2016).

Editorial Board

Chairman: Victor A. Sadovnichiy, Academic of Russian Academy of Sciences, Professor, Dr. Sc. (Phys.- Math. Sciences), Rector, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0003-1133-1940; e-mail: info@rector.msu.ru; https://www.msu.ru/info/struct/rector.html

Deputy Chairmen:

Ludmila A. Kokhanova – Editor-in-chief, Dr. Sc. (Philology), Full Professor, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0001-8290-4078; e-mail: l_kokhanova@mail.ru; https://istina.msu.ru/profile/kochanova/

Mark R. Liberzon – Chairman of the Expert Council, Dr. Sc. (Phys.- Math.), Professor, Vice President of Russian Academy of Engineering, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0001-8306-2474; mark@fund.ru, http://www.fund.ru/liberzon/rus/index.asp

Members:

Alexandr Alexandrov, Dr. Sc. (Technics), Professor, Academician of the Russian Engineering Academy, pilot-cosmonaut, Sofia, Republic of Bulgaria; ORCID https://orcid.org/0000-0003-1265-6122; e-mail: alexblag@spnet.net; https://google-info.org/1064835/1/aleksandrov-aleksandr-kosmonavt.html

Oleg V. Alifanov, Dr. Sc. (Technics), Professor, corresponding member of the Russian Academy of Science, MAI (National Research University), Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0003-2258-7511; e-mail: o.alifanov@yandex.ru; https://mai.ru/content/people/index.php?ID=6514

Boris V. Gusev, Dr. Sc. (Technics), Professor, corresponding member of the Russian Academy of Science, President of Russian and International Academies of Engineering, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0003-2718-9539; e-mail: info@rae.ru; http://www.info-rae.ru/prezidium/prezident-ria/

Valery P. Komissarov, Cand. of Sc. (Philology), Associate Professor, I.N. Ulianov Chuvash State University, Cheboksary, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0002-7052-0648; e-mail: valerijkomissarov134@gmail.com; http://chuvjour.ru/index.php/2012-01-19-13-17-56/45

Vladimir V.Kravtsov, Dr. Sc. (Philology), Professsor, Institute of Public Administration and Civil Service, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0003-1617-5238; e-mail: kravtsov-vv@ranepa.ru; https://igsu.ranepa.ru/person/p162071/

Leonid A. Rechitsky – Cand. Sc. (History), Associate Professor, FGBOU DPO (FSBEI APE – Federal State Budgetary Educational Institution of Additional Professional Education) «Media Industry Academy», Moscow, Russia: ORCID https://orcid.org/0000-0002-5878-5846; e-mail: lenor-lar@rambler.ru; https://istina.msu.ru/profile/Retchitsky/

Vyacheslav A. Samoilov, Dr. Sc. (Economics), Moscow State University of Finance and Industry «Synergy», Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0003-3996-6411; e-mail: akkork@yandex.ru; https://synergyonline.ru/programm/finansovyij_menedzhment_mba

Victoria V. Semyonova, Dr. Sc. (Sociology), Professor, State Academic University of Humanities, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0001-7708-8707; e-mail: victoria-sem@yandex.ru; https://www.isras.ru/pers_about.html?id=91

Edward I. Starovoytov, Dr. Sc. (Phys.- Math. Sciences), Professor, Belarusian State University of Transport, Gomel, Republic of Belarus; ORCID https://orcid.org/0000-0002-2550-5377; e-mail: edstar0@yandex.by; https://www.bsut.by/rosters/personal/starovoitov

Vladimir S. Tikunov, Dr. Sc. (Geography), Professor, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0002-1597-6909, e-mail: tikunov@geogr.msu.su; https://istina.msu.ru/profile/TikunovVS/

Bertalan Farkas, pilot-cosmonaut, Hero of the Soviet Union, Hero of the Hungarian Republic; Dr. Sc. (Technics), Professor of the University of Budapest, Honorary Professor of the Lomonosov Moscow State University, Budapest, Republic of Hungary; ORCID https://orcid.org/0000-0002-9104-6201; e-mail: farkas.bertalan@gmail.com; http://www.warheroes.ru/hero/hero.asp?Hero_id=1994

Alexandr V. Chernyak, Dr. Sc. (History), Professor, FGBOU DPO (Federal State Budgetary Educational Institution of Additional Professional Education) «Media Industry Academy», Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0003-0521-3278; e-mail: alcherniak@mail.ru; https://www.rulit.me/authors/chernyak-aleksandr-vikentevich

Leonid S. Yanovsky, professor, Baranov TSIAM, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0002-2603-6795; e-mail: lsyanovskiy@ciam.ru; https://ciam.ru/en/

Ludmila A. Kokhanova – Editor-in-chief, Dr. Sc. (Philology), Full Professor, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0001-8290-4078; e-mail: l_kokhanova@mail.ru; https://istina.msu.ru/profile/kochanova/

Vladimir A. Melnikov – **Editor-in-chief's Deputy**, Subsidiary of Lomonosov Moscow State University in Sebastopol, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0003-0409-5863; e-mail: matros1949@yandex.ua; https://istina.msu.ru/profile/MelnikovVA/

Elena B. Zaychenkova – Editor, Can. Sci. (Technical), Tsyolkovsky International Trustee Fund, Moscow, Russia

Kamilla K. Savary – Executive Secretary, Moscow, Russia

Expert Council

Chairman: Mark R. Liberzon, Dr. Sc. (Phys.- Math.), Professor, Vice President of Russian Academy of Engineering, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0001-8306-2474; mark@fund.ru; http://www.fund.ru/liberzon/rus/index.asp

Members:

Andrey L. Barkovsky, Dr. Sc. (Microbiology and Environment), Professor, Liberal Arts College of the State of Georgia, Milledgeville, USA; ORCID https://orcid.org/0000-0002-8483-2079; e-mail: andrei.barkovskii@gcsu.edu; https://www.researchgate.net/profile/Andrei-Barkovskii

Valery A. Nikulin, Dr. Sci. (Technics), Professor, Vice-President, Russian Academy of Engineering, Moscow, Russia; Kama Institute of Humanitarian and Engineering Technologies, Izhevsk, Russia; ORCID https://orcid.org/0009-0002-9768-0905; e-mail: v.a.nikulin@urfu.ru; www.kigit.ru

Georgy Vanev Stanev, Dr. Sc. (Political Sciences), Professor, editor-in-chief of «Rabotnichesky Vestnik» newspaper, Sofia, Bulgaria; ORCID https://orcid.org/0000-0002-6448-0213, e-mail: alcherniak@mail.ru; http://ideasnov.ru/wp-content/uploads/2020/02/Idei_i_novacii_T7_1.pdf

Felix I. Ereshko, Dr. Sc. (Technics), Professor, Dorodnitsyn Calculation Centre, FIIs (Federal Research Centre) «Informatics and Administration» of the Russian Academy of Science (RAS), Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0002-1732-2204; e-mail: fereshko@yandex.ru; http://www.ccas.ru/depart/ereshko/ereshko.htm

Jan Campbell, PhD, Professor, the Higher School of Economics, Prague, Czech Republic; ORCID https://orcid.org/0000-0002-8230-2824; e-mail: jancam@jancam.eu; https://forum-100.ru/spikery/kempbell/

Vladimir P. Sokolov, Dr. Sc. (Technics), Professor, Institute of Energy Efficiency NIU «MEI» (Science Research University «Moscow Institute of Energy»), Vice President of the Russian Federation of Astronautics, Moscow, Russia; ORCID https://orcid.org/0000-0002-2947-5742; e-mail: vl.sokolov2013@mail.ru; https://famous-scientists.ru/5793.

Founders: All-Russian Public Organization «Russian Academy of Engineering» (RAE), Unaffiliated Non-governmental Organization (NGO) «The Institute of Regional Journalism», Limited Liability Corporation «Creative Company «Soiuz», LLC.

Postal address: 19, bldg. 2, Alexander Solzhenitsyn str., Moscow 109004 Russia
Tel.: +7(977) 807-3397, +7(499) 343-8947
e-mail: ideasnov@yandex.ru
Web-site: www.ideasnov.ru.

© Russian Academy of Engineering,
The Institute of Regional Journalism, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

От редактора

Коханова Л.А.
Медиаобразование:
профориентация или профессионализация? 6

Тренд-статья

Алексеева Т.С.
Коды зарубежной культуры
в восприятии российских старшеклассников
и учителей 12

Теория

Алексеева Н.В.
Медиаобразование – профориентационный проект 23

Назаренко И.Ю.
Новые компетенции педагога в цифровой среде 32

Рощина Е.И.
Педагог в медиаклассе:
сбалансированный подход 38

Исследования

Кологорцева Е.И.
Социальные сети в школе: современные реалии 44

Лукичёв А.Е.
Школьная газета в системе средств массовой информации
образовательного учреждения 52

Мороз Н.А.
Формы и методы подготовки детского контента
в современной среде 61

Практика

Дальнева А.М.
Как обучать журналистике «цифровое поколение»? 71

Комиссаров В.П.
Информационно-образовательная среда школы:
новые возможности 79

Смаль Ж.А.
Журналистский проект как формат медиаобразования .. 86

CONTENTS

From the Editor

Kokhanova L.A.
Media Education:
Professional Orientation or Professionalization? 6

Trend-Article

Alekseeva T.S.
Codes of Foreign Culture
in Perception of Russian High School Students
and Teachers 12

Theory

Alekseeva N.V.
Media Education: Professionally Oriented Project 23

Nazarenko I.Yu.
Teacher's New Competences in Digital Environment 32

Roshchina E.I.
Media Class Teacher:
Balanced Approach 38

Researches

Kologortseva E.I.
Social Networks at School: Modern Reality 44

Loukitchov A.E.
School Newspaper in the System of Mass Media
of an Educational Institution 52

Moroz N.A.
Forms and Methods of Preparing Child Content
in Contemporary Environment 61

Practice

Dal'neva A.M.
How to Teach Journalism to "Digital Generation"? 71

Komissarov V.P.
Information-Educational School Environment:
New Opportunities 79

Smal' Z.A.
Journalistic Project as Media Education Format 86

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

От редактора / From the Editor

УДК 070 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_6

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: ПРОФОРИЕНТАЦИЯ ИЛИ ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ?

Л.А. Коханова
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8290-4078

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ
В данном номере журнала «Идеи и новации» (2022, Т. 10, № 4) рассматривается тематика медиаобразования и его различных форм: медиаклассов, медиацентров, журналистских кружков, школьных редакций и телестудий. По итогам анализа статей видно, что она востребована, так как все большее число исследователей включается в процесс анализа этого явления. Основная идея номера – медиаклассы и другие формы медиаобразования – это больше, чем профориентация и ранняя профессионализация. Их основа – формирование культурных кодов. Авторы статей на основании проведенных ими исследований и личного опыта доказывают, что подготовка текстов, видеосюжетов, мультимедийных ресурсов – это умение формировать и расшифровывать эти коды в нашей культуре. т.е. понимание их смыслов и интерпретация в соответствии с ценностями нашего общества. В ряде статей отмечается, что культурный код прирастает цифровой составляющей, определяющей мировосприятие подрастающего поколения. Авторы публикаций видят в этом определенную закономерность и исходят из того, что понятие «код» пришло из техники (код Морзе и др.). Они считают, что сегодня техника (технология, цифра) пришла во все сферы нашей жизни и прежде всего в образование, в котором закладываются основы цифровой культуры. Отдавая должное технологической грамотности школьников, они уверены в том, что только медиапедагог способен научить журналистскому мастерству, а также умению формулировать культурные коды, которые помогают переводить глубинные смыслы культуры на уровень выражения. Но сама специализация – медиапедагог – находится в становлении и выработке соответствующих компетенций, объединяющих журналистику и педагогику. Выводы. Реальность современной школы – формирование в ней информационно-образовательной среды в условиях цифровизации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА
Медиаобразование, профориентация, ранняя специализация, медиаклассы, медиацентры, журналистские кружки, медиапедагог.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ
Коханова Л.А. Медиаобразование: профориентация или профессионализация? // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 6–11. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_6.

MEDIA EDUCATION: PROFESSIONAL ORIENTATION OR PROFESSIONALIZATION?

Liudmila A. Kokhanova
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8290-4078

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ABSTRACT
The following issue of "Idei i Novatsii" ("Ideas and Innovations") scientific journal (2022, vol. 10, no. 4) is devoted to the topic of media education and its various forms: media classes, media centers, journalistic hobby clubs, school editorial offices, and television studios. The analysis of all the scientific papers below reveals the fact that this particular topic is in great demand as more and more researchers are getting heavily involved in the process of studying this issue. The main theme of the journal is that media classes and other types of media education are a lot more than mere professional orientation and early professionalization. The key reason for the existence of these forms of media education is forming certain culture codes. The authors of the scientific papers, on the basis of the surveys conducted and their personal experience prove the fact that the process of preparing texts, video reports, and multimedia resources is the skill in forming and deciphering these codes in our culture, i.e. understanding their messages and interpreting them in accordance with the values of contemporary society. A number of research papers claim that the culture code is replenished by means of digital components which determine world perception of the growing generation. The authors see some logic behind and explain this by the fact that the concept of "code" was derived from the sphere of technology (the Morse code, etc.). They believe that these days technologies have penetrated all the spheres of life (gadgets, digitalization, and others), and first and foremost, the sphere of education which forms the foundations of digital culture. Giving due to schoolchildren's technical literacy, the authors are still convinced that it is only the media teacher who can not only teach journalistic skills, but who is able to form culture codes which contribute to transmitting profound culture messages to the level of expression. As far as specialization itself is concerned, the media teacher is in the process of forming and developing the corresponding competences aimed at uniting journalism and pedagogy. Consequently, it is possible to make a conclusion that modern school reality is about forming the information-educational environment stipulated by digitalization.

KEYWORDS
Media education, professional orientation, early specialization, media classes, media centers, journalistic hobby clubs, media teacher.

FOR CITATIONS
Kokhanova L.A. Media Education: Professional Orientation or Professionalization? Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 6–11. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_6 (in Russian)

ВВЕДЕНИЕ

Разговор о медиаклассах как новой реальности современной школы был начат в предыдущим номере журнала «Идеи и новации» (2022, Т. 10, № 3). Но, судя по информации, которая поступает от наших читателей, этот проект оказался очень востребованным. Появляются новые адреса на карте нашей страны, где медиаобразование приобретает все новые и новые формы. Их не счесть: медиаклассы, медиацентры, журналистские кружки, школьные телевизионные студии и многое другое.

Причем все это происходит в условиях цифровизации всех сторон нашей жизни. Политическая, экономическая и общественная жизнь, школьное и вузовское образования, непосредственно журналистика – все обретает форму широкой публичности благодаря новым информационным технологиям. Их стремительное развитие началось на рубеже 2000-х годов, и сегодня мы имеем вполне закономерный результат.

Так что это новое – хорошо забытое старое, имеющее свою историю, свои успехи и поражения. Могу только сказать, что именно в эти рубежные годы автору данной статьи пришлось создавать журналистские классы в московской школе, которая находится почти рядом с Красной площадью. Уже тогда нами предпринималась попытка объединить журналистские и математические классы, которые были созданы в этой школе, в единое целое. Приходило понимание того, что слово и цифра благодаря компьютеру, только появляющимся тогда формам электронной коммуникации, станут единым целом. Сегодня это явление мы называем цифровизацией.

Именно эти предпосылки послужили поводом посвятить данный номер журнала «Идеи и новации» (2022, Т. 10, № 4) полностью медиаклассам и другим формам медиаобразования как формам проявления новых тенденций в общеобразовательной школе. По сути они являются объектом исследования и данного номера в целом, и конкретно – данной статьи редактора номера. Тогда предмет нашего исследования – специфика деятельности всех форм вместе и каждой в отдельности из них, которые в совокупности на практике реализуют задачи медиаобразования в современной школе. Более того, они формируют информационно-образовательную среду общеобразовательного учреждения, столь необходимую как каждому школьнику, так и учителю.

Исходя из этого, формулируем цель этого номера журнала и соответственно его предваряющей статьи – показать необходимость создания и функционирования разных форм медиаобразования в современной школе в условиях цифровизации общества.

Тогда в наши задачи входит: необходимость обосновать теоретически выбор данной темы номера и доказать на примере конкретных материалов наших авторов ее актуальность.

Все вроде логично. Но мы не зря задались вопросом, который вынесли в заголовок данной статьи «Медиаобразование: профориентация или профессионализация?». В определенной степени все статьи, которые образовали данный выпуск журнала, в той или иной степени на него отвечают. Но, может быть, есть и другие варианты ответа, которые позволяют увидеть в потребности столь активного развития медиаобразования и его разных форм в школе более глубинный смысл. В данном выпуске журнала «Идеи и новации» мы попытались его найти.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Как следствие поиска ответа на заданный нами вопрос, определяющий тематику данного номера, стало обращение к теоретической литературе. Причем речь идет не только о создании принципиально технологически новой информационно-образовательной среды школы, но и о сохранении культурной среды, столь же необходимой для духовной, нравственной жизни человека, как наша природа. Другими словами, новая техногенная среда должна вбирать в себя складывающееся культурное пространство,

которое не ограничивается, конечно, только заботой о памятниках культуры.

Это нечто большее – это сохранение и трансляция последующим поколениям отечественных культурных кодов, а также умение противостоять тем, что навязывают нам другие культуры. Особенно, если учесть, что виртуальное пространство управляется далеко не нами и оно не всегда дружелюбно. В своей статье «Экология культуры» Д.С. Лихачев размышляет о том, что несоблюдение законов биологической экологии может убить человека биологически, несоблюдение законов экологии культурной – убить нравственно. И то и другое страшно [9].

Идеи великого мыслителя развивают А.Е. Бочкарев в статье «Новаторы VS архаисты: эволюция или деградация? О понятии культуры и культурной экологии» [3], В.В. Красных в статье «Коды и эталоны культура (приглашение к разговору)» [7], Н.А. Симбирцева в статье «Код культуры» как культурологическая категория» [14] и др.

В данном случае мы говорим о медиаобразовании и формах его реализации, то есть о том, что будь то медиакласс, медиацентр, журналистский кружок или школьная телестудия, дети получают реальную возможность создавать информационный ресурс. Это может быть школьная газета, радио или телепередача, но в любом случае постижение журналистского мастерства начинается с создания текста. Поэтому уже этапе овладения начальными профессиональными навыками школьники овладевают и понятием культурный код.

Более того, без кода ими созданный текст оказывается закрытым, его значение и смысл не поддаются расшифровке. Если такой код есть, то текст становится открытым, его можно «считывать». Каждый культурный текст может прочитываться иначе в зависимости от того, какой код используется. Об этом пишет Н.А. Симбирцева в статье «Текст культуры: факторы и механизмы интерпретации» [15]. Она считает, что «ценностно-смысловая преемственность на уровне «автор – текст культуры – интерпретатор» – ключевое звено, позволяющее сохранить память и коды культуры [15. С. 71].

Собственно, в этом и видится основная цель медиаобразования: учить подрастающее поколение создавать журналистские тексты в разной жанровой палитре и новых форматах типа мультимедийного продукта и одновременно уметь понимать их смыслы – интерпретировать в соответствии с ценностями нашего общества.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Поэтому вполне закономерно, что тренд-статья Т.С. Алексеевой «Коды зарубежной культуры в восприятии российских старшеклассников и учителей» открывает этот выпуск журнала [2]. В культурологии понятие культурного кода используется в качестве ключа к понимаю культурной картины мира: свой – чужой. Что же происходит в результате взаимодействия своей и чужой культуры мира? Об этом идет речь в данной статье.

Более того, эта статья задает тональность номера «Идеи и новации». Ведь действительно вопрос о нравственной экологии, название которой дал Д.С. Лихачев, не только не изучается, он даже и не поставлен нашей наукой, культурой, образованием как нечто целое и жизненно важное для человека. В этом несложно убедиться на многих примерах из нашей жизни.

Так, в школьных, вузовских учебных программах изучаются отдельные виды культуры и остатки культурного прошлого. Школьники и студенты вместе со специалистами занимаются реставрацией памятников и их сохранением, но не более того. Не изучаются нравственное значение и влияние на человека всей культурной среды во всех ее взаимосвязях, особенно в условиях, когда она приросла цифра и стала цифровой средой.

Хотя сам факт воспитательного воздействия на человека его окружения ни у кого не вызывает ни малейшего сомнения, и сегодня все острее осознается его необходимость. Появление медиаклассов и близких к ним форм очевидно отчасти и вызвано тем, что они способны формировать у школьников черты культурного кода. При этом код культуры непременно должен характеризоваться: самодостаточностью, открытостью, универсальностью. Об этом в рубрике «Теория» Н.В. Алексеева пишет в статье «Медиаобразование – профориентационный проект» [1].

Вполне очевидно, что культурные коды присущи всем языкам культуры. Найти их сложно,

но именно культурные коды помогают перевести глубинные смыслы культуры на уровень выражения. Этому надо учить. Эта миссия выпадает на долю всех педагогов в том или ином плане. Но в большей степени это становится прерогативой медиапедагога. Это новая специализация школьного учителя только появляется в современной школе. Об этом речь идет в статье И.Ю. Назаренко «Новые компетенции педагога в цифровой среде» [12] и статье Е.И. Рощиной «Педагог в медиаклассе: сбалансированный подход» [13] (рубрика «Теория»).

Как видим, процесс этот достаточно непростой. С одной стороны, эту специализацию выбирают школьные учителя гуманитарных и технических дисциплин, но не имеющие практических навыков выпускать газету, радио или телепередачу. С другой – в школы приходят на постоянную работу журналисты, умеющие создавать информационный продукт в любом формате, но не знакомые с педагогикой. Тем самым идет процесс выработки принципиально иных компетенций, которые формируются на стыке двух видов деятельности: журналистской и педагогической.

Но как бы не были названы эти компетенции, основой их становится необходимость учить школьников считывать свой культурный код и транслировать его во времени и пространстве. Понимание ими того, что осознание своего культурного кода помогает им расшифровывать глубинный смысл культурных явлений (смыслов, знаков, символов, норм, текстов, ритуалов и т.д.). А это значит, создаваемые ими даже на ученическом уровне журналистские тексты качественно намного значимее, чем создаваемые непомнящими своего родства, своих корней.

В этом заключается существенное различие профессионального и непрофессионального овладения профессией даже на подступах к ней в медиаклассах и др. Именно код обеспечивает взаимосвязь между знаком и значением, помогает перевести мир номинаций (обозначений) в мир смыслов, то есть помогает понять, что значат те или иные культурные феномены. В этом случае школьная газета, телепередача, видео на школьном сайте, размещенные на портале, становятся значимой информацией для внешней аудитории, расширяющей привычное понятие «школьная журналистика».

Тем более, что к коду сегодня предъявляются другие цифровые требования. Школьниками также востребованы социальные сети, как их родителями и учителями. Школьная газета, видеоматериал, сайт размещаются на платформах, выводящих школьную жизнь за пределы здания. Этот блок тем рассматривается в рубрике «Исследования». Она представлена статьями Е.И. Кологорцевой «Социальные сети в школе: современные реалии» [5], А.Е. Лукичёва «Школьная газета в системе средств массовой информации образовательного учреждения» [10] и Н.А. Мороз «Формы и методы подготовки детского контента в современной среде» [11].

Не кажется ли это парадоксальным, что понятие «код» зародилось в сугубо научно-технической среде. Так, например, код или азбука Морзе, генетический код и др. Суть его – в дешифровке искусственных языков. Физически же он – система знаков и свод правил, по которым производятся шифровка, расшифровка, перенос и хранение информации. Современный текст, видеоматериал, мультимедийный ресурс – это система кодов, который не только школьному сообществу, но и широкой общественности предлагает нынешний школьник, размещая свои ученические творения на ультрасовременной на данный момент платформе.

Сам код в понимании школьника, создающего информационный продукт, может также трансформироваться в процессе развития: (упрощаться, усложняться, менять знаковую систему и т.д.). В этом убеждают материалы рубрики «Практика». В нее входят материалы А.М. Дальневой «Как обучать журналистике “цифровое поколение”?» [4], В.П. Комиссарова «Информационно-образовательная среда школы: новые возможности» [6] и Ж.А. Смаль «Журналистский проект как формат медиаобразования» [16].

Собственно, так сложился данный номер, ключевым словом которого стал «культурный код» как основа отечественного медиаобразования.

ВЫВОДЫ

По итогам представления материалов данного номера журнала «Идеи и новации» можем сделать следующие выводы:

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

- Тематика медиаобразования и его различных форм: медиаклассов, медиацентров, журналистских кружков, школьных редакций и телестудий востребована, так как все большее число исследователей включается в процесс анализа этого явления.
- Медиаклассы и другие формы медиаобразования – это больше, чем и профориентация и ранняя профессионализация, которая имеет место быть. Их основа – формирование культурных кодов.
- Подготовка текстов, видеосюжетов, мультимедийных ресурсов – это умение формировать и расшифровывать эти коды в нашей культуре, то есть понимание их смыслов и интерпретация в соответствии с ценностями нашего общества.
- Культурный код прирастает цифровой составляющей, что определяет мировосприятие подрастающего поколения. В этом наблюдается определенная закономерность, если исходить из того, что понятие «код» пришло из техники (код Морзе и др.). Сегодня техника (технология, цифр) пришла во все сферы нашей жизни и прежде всего в образование, в котором закладываются основы цифровой культуры.
- Отдавая должное технологической грамотности школьников, мы уверены в том, что только медиапедагог способен научить как журналистскому мастерству, так и формулировать культурные коды, которые помогают переводить глубинные смыслы культуры на уровень выражения.
- Специализация – медиапедагог – находится в становлении и выработке соответствующих компетенций, объединяющих журналистику и педагогику.
- Реальность современной школы – формирование в ней информационно-образовательный среда в условиях цифровизации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Когда готовился этот номер, несколько раз приходилось читать и перечитывать тексты, присланные авторами. Чем больше происходило знакомство с ними и понимание того, что стремятся донести до читателя авторы, тем отчетливее становилось осознание их замыслов. Даже если не была в этих статьях изначально заложена сверхидея обозначить культурный код, то он опосредованно присутствует в каждой из вошедших в данный номер журнала.

Авторы, предложившие свои исследования, наблюдения, анализ личного опыта, очень строго соблюдают законы культурной экологии, сформулированные Д.С. Лихачевым [9]. Каждый из них говорит о необходимости формирования со школьных лет, а потом бережного сохранении культурной среды, необходимой особенно сегодня для духовной, нравственной жизни подрастающего поколения.

При всей многовекторности публикаций их объединяет главное – нам сегодня как никогда важно соблюдать законы культурной экологии, сохранения своих культурных кодов в подвижной цифровой среде. Не позволить убить себя нравственно.

За эту позицию всем авторам данного номера огромное спасибо. Читателям же пожелание – понять и услышать нас, интерпретировать в соответствии с нашими культурными кодами смыслы, которые заложены в публикациях этого номера журнала.

Литература

1. Алексеева Н.В. Медиаобразование – профориентационный проект // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 23–31. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_23.

2. Алексеева Т.С. Коды зарубежной культуры в восприятии российских старшеклассников и учителей // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 12–22. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_12.

3. Бочкарев А. Е. Новаторы VS архаисты: эволюция или деградация? О понятии культуры и культурной экологии [Электронный ресурс] // Нижний Новгород. 2015. № 1, янв. С. 223–234. URL: https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/443dgn2frn/direct/146586874.

4. Дальнева А.М. Как обучать журналистике «цифровое поколение»? // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 71–78. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_71.

5. Кологорцева Е.И. Социальные сети в школе: современные реалии // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 44–51. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_44.

6. Комиссаров В.П. Информационно-образовательная среда школы: новые возможности // Идеи и новации. 2022.

Т. 10, № 4. – С. 79–85. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_-10_4_79.

7. Красных В.В. Коды и эталоны культура (приглашение к разговору) // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2001. Вып. 19. С. 5–19.

8. Крохина Т.И. Текст – код массовой культуры// Ярославский педагогический вестник. 2015. № 2, Т. 1. С. 37–45.

9. Лихачев Д.С. Экология культуры [Электронный ресурс] // Памятники Отечества. 1980. № 2. С. 10–16. URL: https://www.lihachev.ru/lihachev/bibliografiya/4457.

10. Лукичёв А.Е. Школьная газета в системе средств массовой информации образовательного учреждения // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 52–60. DOI: 10.48023/-2411-7943_2022_10_4_52.

11. Мороз Н.А. Формы и методы подготовки детского контента в современной среде // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 61–70. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_61.

12. Назаренко И.Ю. Новые компетенции педагога в цифровой среде // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 32–37. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_32.

13. Рощина Е.И. Педагог в медиаклассе: сбалансированный подход // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 38–43. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_38.

14. Симбирцева Н.А. «Код культуры» как культурологическая категория // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 1. С. 157–167.

15. Симбирцева Н.А. Текст культуры: факторы и механизмы интерпретации // Вестник славянских культур. 2017. Т. 46. С. 70–85.

16. Смаль Ж.А. Журналистский проект как формат медиаобразования // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4. С. 86–92. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_86.

References

1. Alekseeva N.V. Media Education: Professionally Oriented Project. *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 23–31. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_23 (in Russian).

2. Alekseeva T.S. Codes of Foreign Culture in Perception of Russian High School Students and Teachers. *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 12–22. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_12 (in Russian).

3. Botchkaryov A.E. Innovators VS Archaists: Evolution or Degradation? On the Concept of Culture and Culture Ecology. *Nizhny Novgorod*, 2015, no. 1, Jan., pp. 223–234. Available at: https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/443-dgn2frn/direct/146586874.

4. Dal'neva A.M. How to Teach Journalism to "Digital Generation"? *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 71–78. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_71 (in Russian).

5. Kologortseva E.I. Social Networks at School: Modern Reality. *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 44–51. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_44 (in Russian).

6. Komissarov V.P. Information-Educational School Environment: New Opportunities. *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 79–85. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_79 (in Russian).

7. Krasnykh V.V. Codes and Standards Culture (Invitation to Talk). In: Krasnykh V.V., Izotov A.I., eds. *Yazyk, soznanie, kommunikatsiya: sb. statei* [Language, Consciousness, Communication: Collection of Articles]. Moscow, MAKS Press Publ., 2001, iss. 19, pp. 5–19 (in Russian).

8. Krokhina T.I. Text is the code of mass culture. Yaroslav-skii pedagogicheskii vestnik, 2015, no. 2, vol. 1. pp. 37–45 (in Russian)/

9. Likhachev D.S. Ecology of culture. Pamyatniki Otechestva, 1980, no. 2, pp. 10–16. Available at: https://www.lihachev.ru/lihachev/bibliografiya/4457 (in Russian).

10. Loukitchov A.E. School Newspaper in the System of Mass Media of an Educational Institution. *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 52–60. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_52 (in Russian).

11. Moroz N.A. Forms and Methods of Preparing Child Content in Contemporary Environment. *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 61–70. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_61 (in Russian).

12. Nazarenko I.Yu. Teacher's New Competences in Digital Environment. *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 32–37. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_32 (in Russian).

13. Roshchina E.I. Media Class Teacher: Balanced Approach. *Ideas and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 38–43. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_38 (in Russian).

14. Simbirtseva N.A. "Code of Culture" as a Cultural Category. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, 2016, no. 1, pp. 157–167 (in Russian).

15. Simbirtseva N.A. Text of Culture: Factors and Mechanisms of Interpretation. *Vestnik slavyanskikh kul'tur*, 2017, vol. 46, pp. 70–85 (in Russian).

16. Smal' Z.A. Journalistic Project as Media Education Format. Ideas *and Innovations*, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 86–92. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_86 (in Russian).

Информация о редакторе / Information about the editor

Коханова Людмила Александровна
доктор филологических наук, профессор,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
(*125009, Россия, г. Москва, ул. Моховая, д. 9*)
l_kokhanova@mail.ru

Lyudmila A. Kokhanova
Dr. Sc. (in Philology), Professor,
Lomonosov Moscow State University
(*9, Mokhovaya str., Moscow, 125009 Russia*)
l_kokhanova@mail.ru

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

Тренд-статья / Trend-article

УДК 316.77 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_12

КОДЫ ЗАРУБЕЖНОЙ КУЛЬТУРЫ В ВОСПРИЯТИИ РОССИЙСКИХ СТАРШЕКЛАССНИКОВ И УЧИТЕЛЕЙ

Т.С. Алексеева
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3656-767X

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ
Цель статьи *– определить сущность межкультурной коммуникации как социального феномена, которая выражается в конструктивных или деструктивных взаимодействиях между представителями различных национальных и этнических культур или субкультур в рамках определенного пространственно-временного континуума. Обращается внимание на систему культурных кодов, являющихся основой группового сообщества, использующего разные символы для самоидентификации.*
Методология и методы. *Анализ научной литературы по данной тематике. Материалы практической части исследования опираются на опрос, проведенный среди школьников и их преподавателей, на основании которого определяются коды зарубежной культуры в восприятии российских старшеклассников и учителей.*
Результаты исследования. *Рассмотрена научная литература, исходя из чего определено понятие «культурного кода», роль, которую он играет в формировании национального восприятия действительности. Изучены продукты зарубежной культуры, популярные на отечественном рынке. Выявлена степень оказываемого ими влияния. Установлено, что в предложенных вариантах ответов, включающих зарубежные книги, сериалы и фильмы, узнаваемые всеми участниками опроса, наиболее привлекательными аспектами являются хорошо продуманный сюжет, главные герои, с которыми большинство опрашиваемых себя не ассоциируют, повествование, высокое качество изображения и др. Респондентами также отмечается, что эти продукты культуры оказывают определенное влияние на личность человека.*
Выводы. *Выявлены основные культурные коды, заключающиеся в приведенных произведениях литературы и кинематографа, их влияние на общество в целом и, в частности, на старшеклассников и учителей, которые активно взаимодействуют с продуктами зарубежной культуры.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА
Культурный код, межкультурная коммуникация, язык и культура.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ
Алексеева Т.С. Коды зарубежной культуры в восприятии российских старшеклассников и учителей // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 12–22. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_12.

CODES OF FOREIGN CULTURE IN PERCEPTION OF RUSSIAN HIGH SCHOOL STUDENTS AND TEACHERS

Tatiana S. Alekseeva
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3656-767X

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ABSTRACT
*The **object of the paper** below is to define the essence of intercultural communication as a social phenomenon. The essence manifests itself in constructive or destructive interaction of representatives of various national and ethnic cultures and subcultures within the framework of a particular space-time continuum. A special emphasis is made on the system of cultural codes which form the basis of a group community implementing a huge variety of symbols for the sake of self-identification.*
Methodology and methods. *The analysis of the scientific papers devoted to this topic has been carried out. The materials of the practical part of the research are founded on the survey conducted among school-going children and their teachers. On the basis of this survey foreign culture codes in perception of Russian high school students and their teachers are determined.*
Research findings. *Scientific writings have been studied, and the concept of "cultural code" and the role it plays in forming the national perception of reality has been defined on the basis of these papers. Products of foreign culture popular in the Russian market have been under consideration, and the degree of the impact these products make on people has been highlighted. It is proved that among the multiple choice options of the survey which included foreign books, serials, and movies well-known to everybody the most attractive aspects are well-developed plot, main characters (with whom most survey participants do not associate themselves), narrative, high quality of the image, etc. Respondents also claim that all these products of culture make a certain influence on forming a personality.*

Conclusions. *There have been distinguished particular codes of culture which can be found in the given works of literature and in movies. The scientific paper also focuses on the impact of these codes on society in general and, in particular, on high school students and their teachers who actively interact with products of foreign culture.*

KEYWORDS
Cultural code, intercultural communication, language and culture.

FOR CITATIONS
Alekseeva T.S. Codes of Foreign Culture in Perception of Russian High School Students and Teachers. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 12–22. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_12 (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

В основе мировосприятия каждого народа лежит своя система предметных значений, социальных стереотипов, когнитивных схем, отраженных в культурных национальных кодах, поэтому сознание человека всегда этнически обусловлено. Выразительными экспонентами культурно обозначенной информации являются устойчивые словесные комплексы как регулярные комбинации словесных знаков, которые являются стереотипными автономными лингвистическими образованиями с заданными по традиции значением и формой.

Устоявшиеся словесные комплексы характеризуются прежде всего лексико-грамматической спаянностью в сочетании с контекстуальной предопределенностью использования и способностью автоматически воспроизводиться в речи. Актуализация этнокультурного компонента в таких словесных комплексах фиксирует национально значимую информацию, воспроизводит культурную память носителей языка.

Например, национальный язык, как код культуры, хранит и передает из поколения в поколение только те устойчивые соединения, которые прямо или косвенно соотносятся с эталонами, стереотипами и уникалиями национальной культуры – как материальной, так и духовной. Выступая в роли экспонентов культурных знаков, они не только хранят память о мотивации значения, но и закрепляют воспроизведение в их культурных коннотациях миропонимания носителя языка, а значит, являются репрезентантами базовых кодов культуры, усваивая которые, коммуникант осознает свою причастность к этносу, становится носителем определенного психо- и этнотипа. В современном отечественном и зарубежном языкознании актуальными являются студии, посвященные осмыслению понятия кодирования языка и описанию того или иного лингвокультурного кода. Система культурных кодов является основой группового сообщества, использует разные символы для самоидентификации. Существенные для культуры смыслы, по мнению С.Н. Толстой, могут выражаться средствами различных кодов, каждый из которых представляет свою структурализацию и концептуализацию определенного конкретного смысла [7].

В центре межкультурного взаимодействия находится человек как носитель общечеловеческих универсалий и национально-культурных особенностей, требующий определенных знаний, умений межкультурной коммуникации. Сущность межкультурной коммуникации как социального феномена заключается в конструктивные или деструктивные взаимодействия между представителями различных национальных и этнических культур или субкультур в рамках определенного пространственно-временного континуума.

Одной из важных черт нашего времени является рост числа людей, которые находятся в контакте с культурами, отличными от их родной культуры. Процесс всемирной глобализации способствует пониманию коммуникации между различными культурными системами как существенного элемента картины современного мира. Связанные с явлением глобализации процессы предусматривают регулярные контакты в различных сферах между представителями разных культур. Такая ситуация требует решения поставленных практических задач и вопросов культурной адаптации представителей одной культуры на территории существования иного культурного сообщества.

Современная межкультурная коммуникация включает в себя множество составляющих, которые формируют не только связь между нациями и народами, но и саму эту нацию и народ,

определяют ее привычки, традиции, быт, культуру, стереотипы.

Актуальность и целесообразность исследования, фрагментарно представленного в данной статье, обусловлены необходимостью комплексного изучения понятия «культурный код» с учетом достижений текстологии, в области исследований которой окончательно утвердилась мысль о том, что любой художественный текст является неотъемлемой составляющей национального универсума культуры.

Объектом исследования являются зарубежные культурные продукты – а именно серий книг «Гарри Поттер», «Песнь Льда и Пламени», телефильмов «Властелин колец», «Побег из Шоушенка», «Крестный отец», которые сегодня массово представлены в российском информационном пространстве и активно потребляются широкими слоями общества, но прежде всего молодежью.

Предмет исследования – культурный код российских школьников и учителей в восприятии зарубежной культуры на примере названных зарубежные культурных продуктов.

Для достижения цели необходимо будет выполнить следующие задачи**:**

- определить понятие «культурного кода», его особенности и роль в национальности народа;
- изучить зарубежную культуру на российском рынке, ее популярность и причины этого;
- провести опрос среди школьников и учителей России, чтобы определить влияние зарубежных продуктов культуры на формирование культурного кода для этих групп россиян;
- выявить основные культурные коды, которые несут в себе зарубежные культурные продукты и возможные проблемы их влияния на эти целевые группы и в целом на общество.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В работе будет использоваться метод изучения научной литературы для обработки уже существующих научных исследований на тему определения культурного года и влияния национальности на культурный код народа.

Разработки Ю. Лотмана, М. Бахтина, Ю. Кристевой, Н. Симбирцевой и У. Эко являются основой понимания кода, в контексте исследований которых мы определяем код как определенный ряд элементов одного культурного, исторического или литературного текста. Данные работы использовались при написании статьи.

В современной гуманитаристике понятие «код» прежде всего ассоциируется с семиотикой, однако является довольно распространенным и в других научных парадигмах. Так, в психологии, когнитивной лингвистике «код» рассматривается в тесной взаимосвязи с проблемой соотношения мышления и языка. В этих исследованиях обосновывается теория о том, что в сознании человека существует универсально-предметный код (УПК), который является базой мышления. УПК – это динамический механизм, который обеспечивает семиотическую трансформацию сенсорных сигналов в предметную структуру [5].

В семиотике текста и текстологии на базе понимания текста как системы знаковых культурных смыслов сформировалось более широкое понимание кода. Так, Р. Барт понимает код как «ассоциативные поля, сверхтекстовую организацию значений, которые навязывают представление об определенной структуре, а также конкретную форму» [1]. Код, по словам ученого, это перспектива цитаций, мираж, сотканный из структур; он откуда-то возникает и куда-то исчезает – это все, что о нем известно; единицы, порождаемые им, это обломки чего-то, что было читано, видимо, сделано, пережито: код и есть след этого уже; отсылая к написанному ранее, иначе говоря, к Книге [8]. Специфически толкуя текст как всю недифференцированную массу, можно отметить, что это «пространство цитаций», диапазон, в котором содержатся разнообразные культурные «голоса», которые сплетаются в текст.

Продолжая теоретические разработки Р. Барта, А.А. Брудной утверждает, что все сюжетно организованные тексты образуют смысловые системы. Эти системы принято понимать как совокупность смысловых полей, имеющихся в тексте [2].

Отдельного внимания заслуживает концепция кодов и эталонов культуры, разработанная известной слависткой В.В. Красных. В своей работе «Коды и эталоны культуры (приглашение

к разговору)» исследовательница определяет код культуры как «сетку», которую культура набрасывает на окружающий мир, членит, категоризирует, структурирует и оценивает его. Коды культур соотносятся с древнейшими архетипическими представлениями человека, собственно, коды культуры эти представления и «кодируют». Среди базовых кодов она выделяет: а) соматический (телесный); б) пространственный; в) временной; г) предметный; г) биоморфный; д) духовный, хотя и замечает, что между кодами культуры нет и не может быть четких и непроницаемых границ [4].

По мнению У. Эко, код – это система, которая определяет:

1) репертуар противопоставленных друг другу символов;

2) правила их сочетаемости;

3) окказиональное взаимооднозначное соответствие каждого символа какому-то одному значению. Коды культуры становятся своеобразной системой координат для автора, которая задает эталоны культуры.

Н.А. Симбирцева считает уместным называть кодом культуры совокупность знаков и их комбинаций внутри историко-культурного периода, которая приобретает вербального и (или) невербального выражения в текстах культуры, отмечается интерпретативной устойчивостью в пространственно-временном континууме и сохраняет коммуникативный потенциал на уровне личностного восприятия и социально-культурных практик. В зависимости от того, какой тип фиксации и «хранения» информации является ведущим (определяющим) на конкретном историко-культурном этапе, формируется и своеобразный корпус текстов. Соответственно, вербальные тексты рассматриваются в системе традиционной интерпретации, но с учетом специфики контекстуальных связей внутри культуры, то есть как текст внутри текста культуры [6].

Итак, культурный код – набор стандартизированных или нормативных конвенций, ожиданий или определяющих практик в определенной области, которые были бы знакомы представителям определенной культуры или субкультуры. Это способ, которым конкретная культура членит, категоризирует, структурирует, оценивает мир, который окружает представителей определенного национального лингвокультурного общества; «сетка», которую культура «набрасывает» на окружающую действительность. Коды культуры соотносятся с древними архетипическими представлениями человека, или же – это совокупность знаков (символов), смыслов и их комбинаций, которые имеются в любом предмете культуры определенного национального лингвокультурного сообщества. Находят проявление также в этническом языке, языковой картине мира [3].

«Основные коды любой культуры, управляющие языком, определяют для каждого человека эмпирические порядки, с которыми он будет иметь дело и в которых он будет ориентироваться», – пишет М. Фуко в своих исследованиях [8].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель статьи – выявление влияния зарубежной культуры (книг, фильмов и др.) на российское общество на примере школьников и учителей, что определялось благодаря опросу, который проводился среди школьников и учителей Российской Федерации.

Итак, опрос проводился при помощи интернет-сервиса «Гугл-опросы». Платформа была выбрана по нескольким причинам. Во-первых, это легкий и понятный онлайн-ресурс, благодаря которому можно создавать опросы с вариантами ответов, подбирать нужные типы вопросов, параметры анкетирования и так далее. Интерфейс опроса легок и понятен для того, чтобы быстро им воспользоваться. Во-вторых, платформа дает возможность итоги результатов опроса увидеть в диаграммах и графиках, что удобно при демонстрировании результатов исследовательской работы.

Респонденты – это школьники выпускных классов и их учителя Российской Федерации, преимущественно города Москва и Московской области, возрастом от 16 лет и старше. При этом мы не делили аудиторию на группы: школьники и учителя, а рассматривали ее в целом, так как не все респонденты полностью указывали данные о себе.

Главной целью опроса стало выяснение, как школьники и учителя Российской Федерации

реагируют на культурные продукты зарубежья, имеют ли к ним отношение, заинтересованы ли они в них. Опрос проводился вокруг анализируемых нами объектом — это серий книг «Гарри Поттер», «Песнь Льда и Пламени», телефильмов «Властелин колец», «Побег из Шоушенка», «Крестный отец».

Опрос проводился в период с 1 октября по 31 октября 2021 года.

В конечном итоге его смогли пройти 209 респондентов, ответов которых будет достаточно для выяснения влияния на данный сегмент российского общества при распространении зарубежной культуры на российском рынке.

Результаты опроса показали следующее.

Первым вопросом было «О каких из нижеперечисленных книгах/фильма вы слышали ранее?». Ответ на данный вопрос изначально помог бы узнать, о каких культурных продуктах зарубежья респонденты слышали, чтобы уже иметь представление о том, насколько они знакомы с темой опроса.

Опрос предполагал возможность ответа на несколько вариантов одновременно, чтобы пользователи могли голосовать за все варианты фильмов/книг, что им знакомы. По результатам, 86% ответили на «Гарри Поттера», 80% за серию фильмов «Властелин колец», 73% за «Крестный отец», 66% за «Побег из Шоушенка», 60% за серию книг «Песнь Льда и Пламени» и 13% — «О всех слышал/ла». 0% ответов набрал вариант «Ни о каких не слышал/ла». Это можно увидеть на рис. 1.

Это говорит о том, что все опрошенные респонденты слышали хотя бы об одном из исследуемых и анализируемых в работе культурных продуктах зарубежья. Не было обнаружено ответов респондентов, в которых они говорили, что не слышали вообще о данных книгах/фильмах.

Вторым был вопрос «Какие из них вы смотрели/читали». Здесь уже мнения опрашиваемых разделились.

Больше всех ответов пришлось на первый вариант: «Гарри Поттер» — за него было дано 86% ответов. 66% ответов дали на серию фильмов «Властелин колец», а 60% – на фильм «Побег из Шоушенка».

Меньше половины пришлось на серию книг «Песнь Льда и Пламени» и на телефильм «Крестный отец»: 46 и 40% соответственно.

Исходя из этого можно сделать вывод, что хотя бы одно из произведений, которое было использовано при исследовании, опрашиваемые смотрели или читали и могут иметь представление о том, что там происходит и, что нам важно, какие культурные установки оно несет для российского общества.

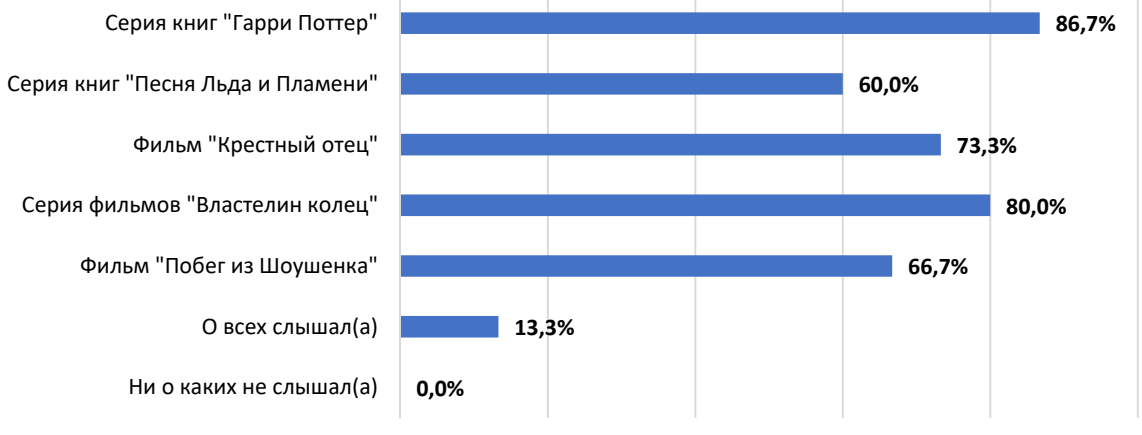

Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «О каких из нижеперчисленных книгах/фильмах вы слышали равнее?» (250 ответов)

Fig. 1. Distribution of answers to the question "Which of the following books/films have you heard more equally?" (250 Responses)

Но все же наиболее популярными культурными продуктами зарубежья можно назвать серию книг «Гарри Поттер», серию фильмов «Властелин колец» и фильм «Побег из Шоушенка» — за них проголосовало больше всего человек (рис. 2).

Далее был вопрос «Чем вас привлекли данные фильмы/книги?». Здесь большинство опрашиваемых, а точнее 73%, ответили, что «всем вышеперечисленным» (то есть качественной картинкой, повествованием, главными героями, сюжетом). 13% проголосовали за «повествование», и последние 6,7% ответов пришлись на ответы «сюжет» и «качественную картинку» (рис. 3).

Далее был вопрос «Что для вас главное при выборе подобных фильмов/прочтении книг?». Ответы на данный вопрос дали возможность убедиться, на что обращают внимание респонденты при выборе тех или иных культурных продуктов, чтобы провести с ними свой досуг.

Данный вопрос также предполагал возможность выбора нескольких вариантов одновременно, чтобы можно было конкретно увидеть, какие параметры набирают наибольшую популярность среди опрошенных, преимущество конкретного из них.

Здесь больше всего вариантов ответов – 93% – пришлось на вариант «хороший, продуманный и логичный сюжет».

Менее популярными можно считать варианты ответов «за качественные декорации или локации съемок», который набрал 60% ответов, а также «эмоциональность актеров», который набрал 53%.

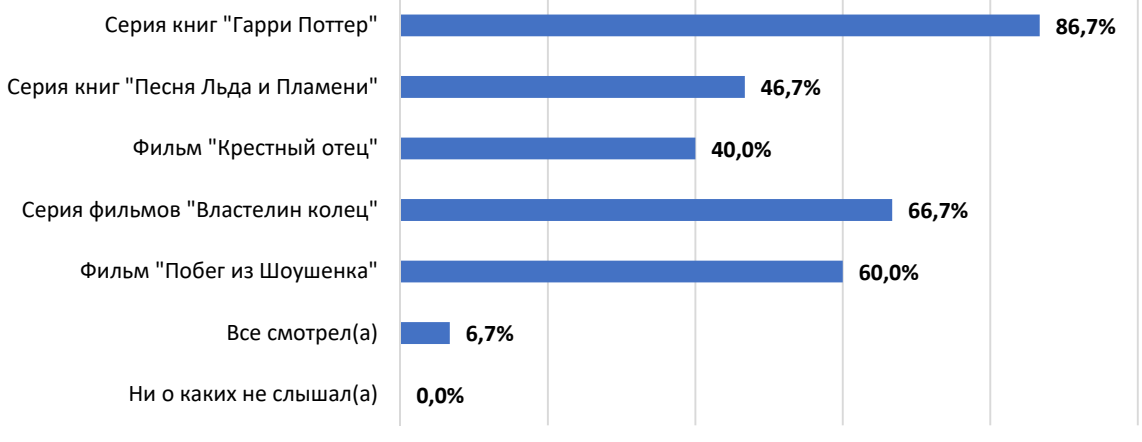

Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Какие из них вы смотрели/читали?» (250 ответов)

Fig. 2. Distribution of answers to the question "Which ones have you watched/read?" (250 Responses)

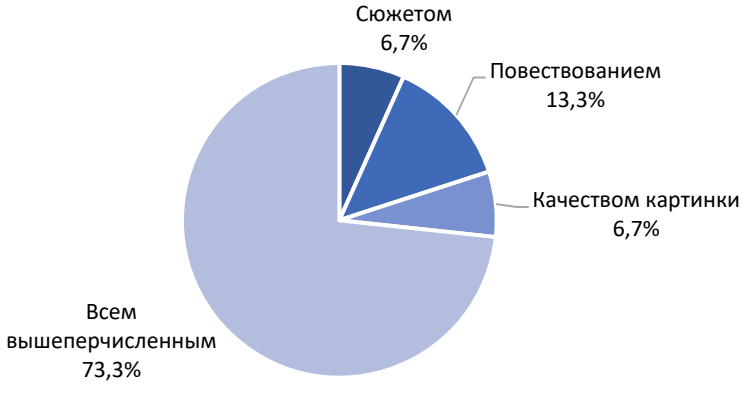

Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Чем вас привлекли данные фильмы/книги?» (250 ответов)

Fig. 3. Distribution of answers to the question "What attracted you to these films/books?" (250 Responses)

Наименьшими по популярности оказались варианты ответов: «из-за напряженных моментов» – 26%; «красивых актёров или актрис» – 20%; а «счастливый конец истории» набрал всего 6% ответов.

Из данных ответов на вопрос можно сделать вывод о том, что интересует и на что обращают внимание большинство зрителей или читателей, – это хороший, продуманный и логично сюжет, на котором и строится удачные культурный продукт сегодня (рис. 4).

Следующий вопрос «Ассоциируете ли Вы себя с главными героями данных книг/фильмов?». Ответ на этот вопрос смог бы показать один из спектров возможного влияния зарубежных культурных продуктов на российское общество, а именно: отождествление поклонников различных фильмов или книг с главными героями, которых они могут наблюдать на экране или в книге.

На данный вопрос 53% респондентов ответили, что «нет», они не ассоциируют себя с главными героями, и 46% ответили, что «да».

Это показывает, что мнения опрошенных респондентов практически разделились на два варианта – одни полностью ассоциирует себя с главными героями, а другие – нет.

Однако большинство ответов пришлось на вариант, в котором респонденты не ассоциируют себя с главными героями данных книг, фильмов или сериалов (рис. 5).

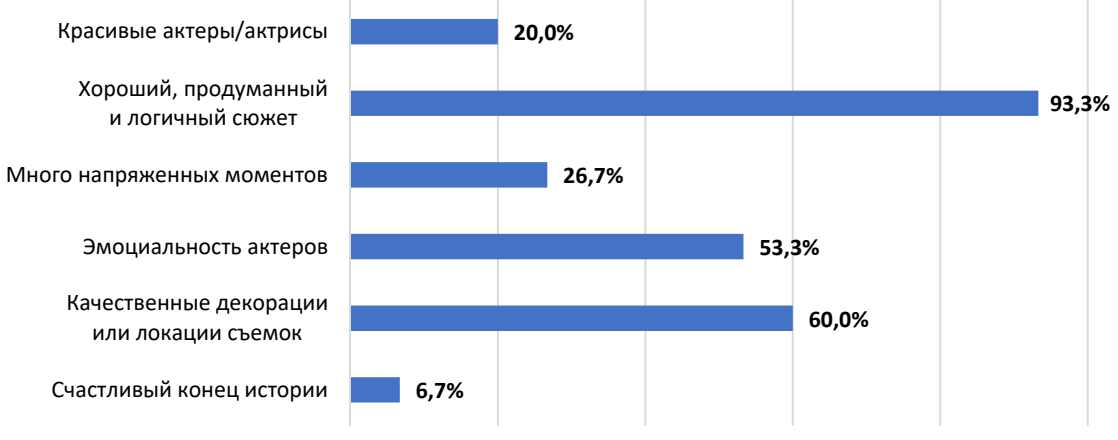

Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Что для вас главное при просмотре подобных фильмов/прочтении книг?» (250 ответов)

Fig. 4. Distribution of answers to the question "What is the main thing for you when watching such films / reading books?" (250 Responses)

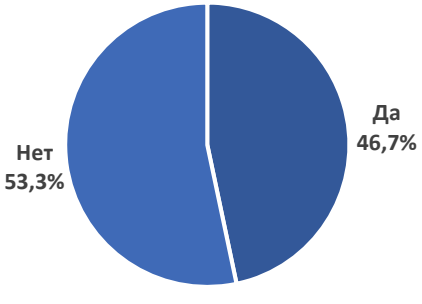

Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Ассоциируете ли Вы себя с главными героями данных книг/фильмов?» (250 ответов)

Fig. 5. Distribution of answers to the question "Do you associate yourself with the protagonists of these books/films?" (250 Responses)

Следующий вопрос предлагал опрошенным ответить кратко, почему они ассоциируют или не ассоциируют себя с главными персонажами. Данный вопрос был пояснением к предыдущему.

Здесь преимущественно встречались пояснения опрошенных, почему они не ассоциируют себя с главными героями. Были такие ответы, как «Потому что в ассоциации себя с героями может наоборот размыть собственное представление о себе», «Потому что разделяю вымышленное и реальное. В контексте сериалов/фильмов/книг я наблюдатель событий и мне не нужно ассоциировать себя с их участниками», «Потому что я не похож по характеру ни на одного из главных героев», «Слишком низкая эмпатия для этого», «Потому что они неидеальны», «Читала давно, поэтому плохо помню. Сейчас, наверное, потому что вроде в жизни всё хорошо, а потом – бац! – и вот уже куча проблем и все надо решать», «Каждый человек себе ищет похожих по душу, настроению и смыслу жизни. Это природа, поэтому неудивительно, что в кино и книгах, стараемся себя с кем-то сравнить, чтобы лучше понять героя, сопереживать ему или нет».

Следующий вопрос звучал так: «Хотелось бы вам побывать в мирах данных фильмов/книг?». Здесь 86% ответили, что «да», и только 13% ответили «нет» (рис. 6).

Следующий вопрос «Объясните кратко, почему?» также был пояснением к предыдущему вопросу.

Респонденты ответили таким образом: «Во многих реальностях хочется "поиграть"», «Из всего вышеперечисленного мне бы хотелось побывать в мирах Гарри Поттера/Властелина Колец. Потому что эти миры близки моему внутреннему миру)», «Высокий уровень опасности, низкое качество уровня жизни», «Потому что их нет в нашем мире!», «Чтобы почувствовать дух приключений», «Другие миры – это крайне интересно. Побывать там, посмотреть, понять, как они работают изнутри», «Очень красиво и необычно», «Человек – исследователь, интерес к непривычным для нас вещам побуждает изучать и погружаться в другой мир», «Там прикольно», «Реальная жизнь скучная», «это интересно; походить полюбоваться всем вокруг».

Далее на вопрос «Хотелось ли Вам побывать на месте главных героев?» 66% ответили «нет», а 33% ответили «да» (рис. 7).

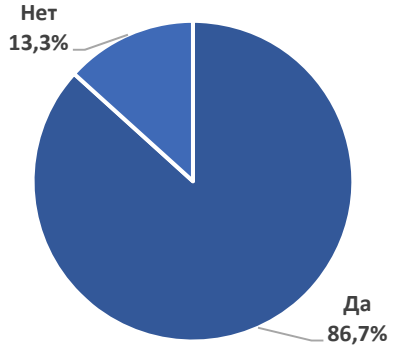

Рис. 6. Распределение ответов на вопрос «Хотелось бы вам побывать в мирах данных фильмов/книг?» (250 ответов)

Fig. 6. Distribution of answers to the question "Would you like to visit the worlds of these films/books?" (250 Responses)

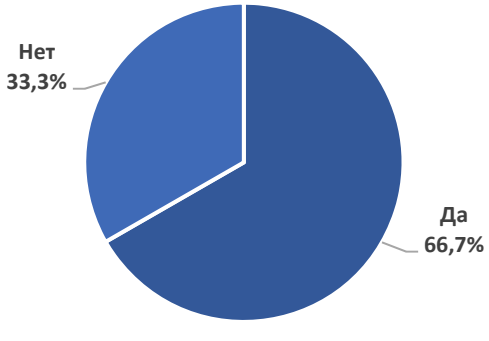

Рис. 7. Распределение ответов на вопрос «Хотелось бы вам побывать на месте главных героев?» (250 ответов)

Fig. 7. Distribution of answers to the question "I would like you to visit the place of the main characters?" (250 Responses)

В пояснениях, относящихся к ответу на данный вопрос, респонденты отвечали: «Если я – это я, то того, что произошло с главным героем, могло бы не произойти со мной», «Потому что мне нравится наблюдать, а не участвовать», «Я не хочу так много проблем, как у них», «Ну на месте героев точно нет. А так, у них более захватывающая жизнь что ли», «Много ответственности», «Битва с главным злодеем, потеря близких, тысяча и одна трудность – бр-р-р! Как бы не напоминало обычный сюжет моих снов, всё же не хотелось бы ощутить это в реальности. Правда, в бытии главных героев есть и свои плюсы», «Было бы интересно», «Любой фильм/книга из вышеперечисленных вами несет очень трагичную судьбу для персонажа так или иначе. Очутиться на их месте, это пережить глубокие травмы», «Тоже прикольно», «Мой ум подходит для второстепенного героя», «Я бы умер в первые же минуты».

Далее на вопрос «Могут фильмы/сериалы/книги менять характер своих зрителей/читателей?» 80% ответили за вариант «Да, в лучшую сторону», 13% за вариант «Нет, не может менять», а 6,7% за «Да, в худшую сторону» (рис. 8).

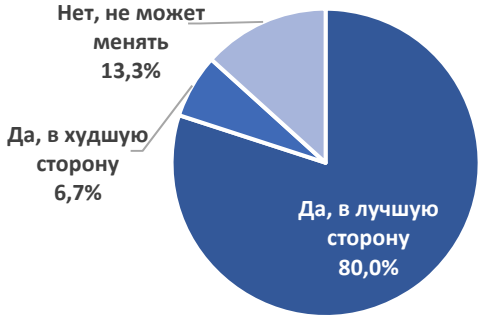

Рис. 8. Распределение ответов на вопрос «Могут ли фильмы/сериалы/книги менять характер своих зрителей/читателей?» (250 ответов)

Fig. 8. Distribution of answers to the question "Can movies/TV shows/books change the character of their viewers/readers?" (250 Responses)

Последним стал вопрос «Какие ценности, по вашему мнению, несут в себе перечисленные книги/фильмы?». Здесь респонденты также могли дать несколько вариантов ответов, чтобы перечислить большее количество тех или иных ценностей, которые, как посчитали опрошенные, могут прививать и распространять зарубежные культурные продукты.

Ответы распределились следующим образом: 73% респондентов назвали «духовное развитие», по 66% выбрали варианты «уважение друг к другу» и «уверенность к себе», 60% – вариант «свобода суждений и поступков», «доброта и отзывчивость к друзьям», по 53% – варианты «доверительные отношения с близкими людьми» и «друзья», 46% – «независимость».

Менее популярными были следующие ответы: по 20% пришлось на «семейные отношения» и «уважение по отношению к старшим» и по 6,7% ответов – «работа, соответствующая жизни» и «чтобы можно было устроить себе два завтрака» (это был ответ отдельного пользователя) (рис. 9).

Таким образом, из проведенного опроса можно сделать вывод, что при распространении зарубежной культуры на российском рынке она оказывает влияние на российское общество.

В ходе исследования также был проведен опрос, целью которого было определение влияния зарубежной культуры на российское общество. Респонденты – это школьники выпускных классов и их учителя, жители Российской Федерации, преимущественно города Москва и Московской области, возрастом от 16 лет и старше. В конечном итоге опрос смогли пройти 209 респондентов.

Опрос показал следующие результаты:

- хотя бы одно из произведений, которое было использовано при исследовании, респонденты смотрели или читали и могут иметь представление о том, какие культурные установки оно несет для российского общества;
- данные культурные продукты привлекли внимание россиян качественной картинкой, повествованием, главными героями, сюжетом;
- в большинстве случаев зрители или читатели обращают внимание на хороший, продуманный и логичный сюжет;
- россияне в большинстве случаев не ассоциируют себя с главными героями;
- в большинстве случаев опрошенные хотели бы побывать в вымышленном мире;

– на месте главных героев они не хотели бы быть (66% человек);
– большинство респондентов согласилось, что фильмы/сериалы/книги могут менять характер человека в лучшую сторону;
– респонденты посчитали, что фильмы/сериалы/книги могут прививать такие ценности, как духовное развитие, уважение друг к другу и уверенность в себе, свобода суждений и поступков, доброта и отзывчивость к друзьям, доверительные отношения с близкими людьми и друзьями, независимость.

Из опроса можно сделать главные выводы. Россияне, в данном случае школьники и учителя, сегодня принимают положительно зарубежные культурные продукты, знакомятся с ними, смотрят или читают. При этом ассоциировать себя с главными героями не собираются, разграничивая вымышленное и реальное. Они считают, что фильмы/сериалы/книги могут прививать положительные ценности, а также менять характер человека в лучшую сторону.

Таким образом, в данной работе были выполнены следующие задачи:

– определено понятие «культурного кода», его особенности и роль в национальности народа;
– изучены зарубежная культура на российском рынке, ее популярность и причины этого;
– проведен опрос среди школьников и учителей, жителей России с целью определения влияния зарубежных продуктов культуры на формирование культурного кода для россиян;
– выявлены основные культурные коды, которые несут в себе зарубежные культурные продукты, и возможные проблемы их влияния на общество.

Рис. 9. Распределение ответов на вопрос «Какие ценности, по вашему мнению, несут в себе перечисленные книги/фильмы?» (250 ответов)

Fig. 9. Distribution of answers to the question "What values do you think the listed books/films carry?" (250 Responses)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное исследование лишь подтвердило тот факт, что одной из важных черт нашего времени является рост числа наших сограждан, которые находятся в контакте с культурами, отличными от их родной культуры. В первую очередь это школьники и учителя. Для них это становится существенным элементом картины современного мира.

Причем регулярные контакты в различных сферах между представителями разных культур способны корректировать эту картину в ту или иную сторону. Поэтому культурная адаптация представителей одной культуры на территории существования иного культурного сообщества – одна из реалий современной жизни.

Современная межкультурная коммуникация – это состоявшийся факт, без которого не может существовать российское общество. Но при этом мы должны помнить, что она включает в себя множество составляющих, которые способствуют налаживанию связей между нациями и народами. Но при этом они оказывают влияние на формирование самих этих наций и народов, сохраняют или видоизменяют их привычки, традиции, быт, культуру, стереотипы.

Очевидно, нам не все равно, что получит наше общество в результате развития постоянно развивающегося межкультурного общения. Остается открытым вопрос: «Сможет ли оно влиять на наше восприятие современной картины мира и наше место в ней?». Отчасти ответ на него дает предпринятое нами исследование, результаты которого представлены в данной статье.

Литература

1. Барт Р. Текстовой анализ одной новеллы Эдгара По // Избранные работы: Семиотика: Поэтика: пер. с фр. / сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. С. 424–461.

2. Брудный А.А. Психологическая герменевтика. М.: Лабиринт, 2005. 332 с.

3. Бурукина О.А. Метаотношения понятий «культурный код» и «коннотация» в «культурном переводе» // Международный журнал исследований культуры. 2019. № 2(35). С. 16–30.

4. Красных В.В. Коды и эталоны культуры (Приглашение к разговору) // Язык, сознание, коммуникация: сб. ст. / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2001. Вып. 19. С. 5–19.

5. Померанц Г.С. Код культуры // Культурология. 2011. № 1(56). С. 149–152.

6. Симбирцева Н.А. Код культуры как культурологическая категория // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 1. С. 157–167.

7. Толстая С.М. Пространство слова. Лексическая семантика в общеславянской перспективе. М. : Индрик, 2008. 527 с.

8. Фуко М. Слова и вещи: пер. с фр. М.: Прогресс, 1977. 488 с.

References

1. Barthes R. Analyse textuelle d'un conte d'Edgar Poe (Russ. ed.: *Tekstovoi analiz odnoi novelly Edgara Po*. In: *Izbrannye raboty: Semiotika: Poetika*. Moscow, Progress Publ., 1989, pp. 424–461).

2. Brudnyi A.A. *Psikhologicheskaya germenevtika* Psychological hermeneutics]. Moscow, Labirint Publ., 2005, 332 p. (in Russian).

3. Burukina O.A. Meta-Relations of the Concepts “Cultural Code” and “Connotation” in “Cultural Translation”. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovanii kul'tury*, 2019, no. 2(35), pp. 16–30 (in Russian).

4. Krasnykh V.V. *Kody i etalony kul'tury (Priglashenie k razgovoru)* [Culture Codes and Standards (Invitation to Talk)]. In: Krasnykh V.V., Izotov A.I., eds. *Yazyk, soznanie, kommunikatsiya: sb. st.* [Language, consciousness, communication: collection of articles]. Moscow, MAKS Press Publ., 2001, iss. 19, pp. 5–19 (in Russian).

5. Pomerants G.S. Cultural Code. *Kul'turologiya*, 2011, no. 1(56), pp. 149–152 (in Russian).

6. Simbirtseva N.A. “Culture Code” as a Category of Culturology. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, 2016, no. 1, pp. 157–167 (in Russian).

7. Tolstaya S.M. *Prostranstvo slova. Leksicheskaya semantika v obshcheslavyanskoi perspektive* [Word space. Lexical semantics in a pan-Slavic perspective]. Moscow, Indrik Publ., 2008, 527 p. (in Russian).

8. Foucault M. Les mots et les choses. Callimard, 1966 (Russ. ed.: *Slova i veshchi*. Moscow, Progress Publ., 1977, 488 p.).

Информация об авторах / Information about the authors

Алексеева Татьяна Спартаковна
кандидат филологических наук,
доцент факультета журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
(*125009, Россия, г. Москва, ул. Моховая, д. 9*)
litera.53@mail.ru

Tatyana S. Alekseeva
Cand. Sci. in Philology, Associate Professor of the Journalism Faculty,
Lomonosov Moscow State University
(*9, Mokhovaya str., Moscow, 125009 Russia*)
litera.53@mail.ru

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

Теория / Theory

УДК 070 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_23

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ – ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ

Н.В. Алексеева
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3673-3356

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ
Цель статьи *– рассмотреть профориентационную составляющую медиаобразования, способствующую подготовке журналистов новой формации, выросших в цифровой среде, сочетающих традиционные и новаторские подходы в профессии. Объект исследования – медиаобразование как компонент современной системы образования в общеобразовательной школе. Предмет исследования – профориентационная составляющая медиаобразования.*
Методы исследования. *Данное исследование в своей основе базируется на ряде работ, посвященных медиаобразованию как концепту, разрабатываемому в последние десятилетия в системе отечественного образования. Поэтому применялись следующие научные методы: анализ и обобщение литературы по данной теме, синтез, сравнение, работа с практическим материалом. В качестве методов сбора и обработки эмпирических данных использовались метод случайной выборки, анкетирование и статистические методы обработки полученных данных.*
Результаты исследования. *В процессе работы теоретически обосновано значение профориентационной составляющей медиаобразования. Обобщен опыт современных профориентационных проектов. Рассмотрена деятельность медиаклассов как нового способа профориентационной деятельности в эпоху цифровизации. Тем самым доказано, что развитие медиаобразования стало своеобразным символом российской педагогики последних десятилетий. Вполне обоснованно профориентационная составляющая медиаобразования сегодня выходит на первый план, так как сегодня обществу нужны профессиональные журналисты, сформировавшиеся в цифровую эпоху.*
Выводы. *По результатам исследования сделаны выводы, основным их которых можно считать востребованность смыслов и спроса на смысл у будущих журналистов при всей их увлеченности новыми технологиями. Следовательно, и профориентационная деятельность медиаобразования должна сочетать в себе смыслы и технологии, чтобы быть востребованной подрастающим поколением в самых разных его форматах.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА
Журналистика, медиаобразование, профориентационный журналистский проект, медиакласс.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ
Алексеева Н.В. Медиаобразование – профориентационный проект // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 23–31. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_23.

MEDIA EDUCATION: PROFESSIONALLY ORIENTED PROJECT

Natalia V. Alekseeva
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3673-3356

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ABSTRACT
*The **object** of the scientific paper below is to study the professionally oriented component of media education which contributes to the process of preparing journalists of a new formation who grew up in a digital environment and who combine conventional and innovative approaches in their professional activities. This paper studies media education as the component of a contemporary system of education in a comprehensive school. The research subject is the professionally oriented component of media education.*
Research methods. *The paper is based on a number of works devoted to the concept of media education that has been developed in the Russian educational system during the past few decades. That is why the analysis and generalization of scientific papers on this topic has been made. Moreover, practical material has been synthesized and compared, and a lot of work with it has been done. The methods of random sampling, polling, and statistical methods of processing the obtained data have been implemented as methods of collecting and processing the empirical data.*
Findings. *The significance of professionally oriented component of media education has been theoretically substantiated during the research. The experience of contemporary professionally oriented projects has been generalized. The functioning of media classes as a new form of professionally oriented activities in the era of digitalization has been studied. Thus, it has been proved that the development of media education has become a certain symbol of Russian pedagogy of the past decades. It is quite well-founded and logical that the professionally oriented component of media education is in the foreground as these days, society needs professional journalists who grew up and gained job experience in digital age.*

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

Conclusions. *On the basis of research findings a few conclusions have been mad, the paramount of which is the idea that there is demand for understanding the meanings and the essence of things among journalists to-be despite all their interest and involvement in new technologies. Consequently, the professionally oriented activities of media education ought to combine meaning and technologies in order to gain in popularity with rising generations in various formats.*

KEYWORDS
Journalism, media education, professionally oriented journalistic project, media class.

FOR CITATIONS
Alekseeva N.V. Media Education: Professionally Oriented Project. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 23–31. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_23 (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность предпринятого исследования заключается в том, что с развитием современной журналистики медиаобразование играет все более важную роль в современном обществе. По сути оно стало обязательной составляющей школьных программ. Это вполне закономерно, так как буквально со школьных лет каждый человек должен уметь работать с информацией.

Однако лишь немногие педагоги, родители, да и сами дети рассматривают медиаобразование в большей степени как профориентационную журналистскую деятельность. Это совершенно неверный подход, который стал наблюдаться в последнее время. Полноценная жизнь современного человека невозможна без современной системы средств массовой информации. Профессиональная журналистика выступает как эффективное средство совершенствования общественной жизни. Ей нужны соответствующие цифровому времени кадры.

Но сегодня сама журналистика претерпевает серьезные изменения. Прежде всего профессиональная деятельность размывается любительской журналистикой. Появление блогосферы на начальной стадии появления Интернета, а теперь и социальных сетей способствовало тому, что практически каждый стал их пользователем. Как следствие, появился даже термин «любительский контент». Но каким бы уникальным и высококлассным он ни был, он не заменит профессиональную журналистику.

Как показывает практика, обществу нужна качественная информация, нужны высококвалифицированные журналисты, которые могут ее создавать. Поэтому вряд ли стоит отодвигать на незначимые позиции профориентационную составляющую медиаобразования. Ведь, по сути, она вызвала к жизни многие проекты, способствующие профессиональной ориентации школьников и выбора ими журналистики как динамично развивающейся профессии. Одним из последних в этом ряду можно считать появление медиаклассов в школах сначала Москвы (в 2021 году), а теперь и всей страны.

Цель статьи – рассмотреть профориентационную составляющую медиаобразования, способствующую подготовке журналистов новой формации, выросших в цифровой среде, сочетающих традиционные и новаторские подходы в профессии.

Объект исследование – медиаобразование как обязательная составляющая современной системы образования в общеобразовательной школе.

Предмет исследования – профориентационная составляющая медиаобразования, способствующая подготовке журналистов новой формации со школьных лет.

Это определило задачи данного исследования. В них входят:

- теоретически обосновать значение профориентационной составляющей медиаобразования как журналистского проекта в целом;
- обобщить опыт современных профориентационных проектов;
- рассмотреть деятельность медиаклассов как нового способа профориентационной деятельности.

Следует отметить, что различные профориентационные журналистские проекты помогают школьникам в выборе профессии, так как в их основе реальное знакомство на практике со средствами массовой информации. Поэтому нам представляется очень важным изучить эту деятельность как теоретически, так и практически, то есть обобщить уже имеющийся практический опыт.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данное исследование в своей основе базируется на ряде работ, посвященных медиаобразованию как концепту, разрабатываемому в последние десятилетия в системе отечественного образования. Поэтому применялись следующие методы: анализ и обобщение литературы по данной теме, синтез, сравнение, работа с практическим материалом. В качестве методов сбора и обработки эмпирических данных использовались метод случайной выборки, анкетирование и статистические методы обработки полученных данных.

Проведенный анализ теоретических работ по данной теме позволяет утверждать, что именно идеи смыслов и спроса на смысл самой широкой аудитории уже сегодня становятся ведущей функцией в профориентационной деятельности при выборе журналистики как профессии. Именно этим объясняется ориентация школьников на профессию, которая учит думать при создании информационных продуктов на самых разных носителях.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На первом этапе исследования был рассмотрен теоретический аспект профориентационной составляющей медиаобразования как вида деятельности. Авторы большинства работ указывают на первопричины активного развития медиаобразования и его характерных черт с 1990-х годов прошлого века как концепта в системе отечественного образования. Они считают, что с этого периода наблюдается быстрое развитие интернет-технологий и в настоящее время процесс интеграции трех телекоммуникационных сетей (Интернета, радио-, телевизионных сетей) ускоряется. Появились умные телефоны, планшетные компьютеры и другие гаджеты.

С возникновением и непрерывным обновлением способов хранения и распространения информации, а также меняющейся медиаэкологической среды традиционная индустрия журналистики вступила в новую эпоху цифровых технологий. Интернет, радио и телевидение, газеты и журналы постепенно стали интегрированными и вместе образовали перекрестную сеть СМИ, в результате мы перешли к эре цифровых СМИ.

Цифровизация оказала влияние на различные отрасли. Журналистская деятельность также претерпела изменения. По мнению петербургского исследователя С.Г. Корконосенко, «журналистика – это общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, телевидение, кино и т.д.)» [7. С. 3].

Интеграция средств массовой информации в эпоху цифровых технологий изменила основную форму деятельности в области журналистской коммуникации. Это, в свою очередь, привело к изменениям в структуре источников новостей, субъектов журналистской коммуникации, организационной структуры и рабочих процессов новостных СМИ, новостных носителей и методов журналистской коммуникации. Ю.Е. Черешнева в статье «Подготовка журналистов цифровой эпохи» подчеркивает, что в контексте оцифровки требования к журналистам также должны измениться. Она пишет: «Тем самым, актуализируется значимость подготовки журналистов эпохи цифровизации, которые должны понимать, что представляет собой информационная сфера (инфосфера), знать ее структуру, уровни, связи основных компонентов сети, закономерности ее функционирования. Без этого вряд ли возможно формирование информационного образовательного пространства школы, в котором весьма профессионально выполняют свои функции журналисты разных медиа» [12. С. 273].

В настоящее время культивирование журналистских талантов и журналистское образование находятся на крайне важном этапе интеграции и реформирования. Применение журналистского образования в журналистской практике в эпоху цифровых медиа, безусловно, станет ключевым вопросом, требующим долгосрочного исследования и внимания в будущем.

Сегодня значимость профориентационной деятельности растет в образовательных учреждениях. Этот вопрос является важным не только для преподавателей журналистики в медиаклассах, но и для всех журналистов, которые занимаются профориентацией школьников.

По мнению Т.Ф. Ушевой, «на современном этапе развития образования профориентационная

деятельность приобретает новые формы. Профессиональная ориентация школьников вновь стала рассматриваться как важный вопрос государственной кадровой политики» [11. С. 27]. Также она отмечает, что целью профориентационной деятельности является становление личностного самоопределения школьников касательно карьеры в поликультурной среде.

Авторитетный исследователь в этой области Н.М. Дагаева в своей работе «Журналистская деятельность в школе – путь к личностному и социальному успеху учащихся» рассказала об успехе занятий в медиаклассе после включения в учебный процесс «Мастерской журналиста». Она подчеркнула, что учащиеся средних школ начали публиковать статьи в журналах, завоевали награды в конкурсе и в целом большинство ребят, работающих в «Мастерской журналиста», очень успешны [4].

Таким образом, в российских официальных источниках термин «медиаобразование» рассматривают как:

- процесс обучения;
- процесс формирования;
- направление в педагогике;
- общественно-просветительская или культурно-просветительская деятельность.

К этому можно добавить, что медиаобразование включает в себя элементы многих дисциплин: педагогики, психологии, культурологии, социологии, журналистики и так далее. Но в целом, суммируя все эти характеристики, оно выполняет профориентационную деятельность. Это подтверждает в статье «Становление медиаобразования в России как результат взаимодействия педагогического и журналистского научного сообщества» Л.А. Коханова, которая разделяет развитие медиаобразования на пять этапов – от первого этапа преподавания педагогами до пятого этапа современных цифровых технологий [8].

Эти идеи развивают многие авторы. Так, в статье Д. Аблихаровой отмечается, что «параллельно идет развитие Интернета, цифровых технологий, что способствует появлению интернет-журналистики, институализирует самостоятельные интернет-издания, создает информационно коммуникативное пространство, вбиравшее в себя блогосферу и социальные сети» [1. С. 127]. Так общество становится все более требовательным к качеству работы журналистов.

Одна из характерных примет нашего времени в том, что мы имеем дело уже не с традиционной журналистикой, а в реалии – с информационно-коммуникативной цифровой медийной средой. Эти тенденции важно учитывать в ходе организации профориентационной деятельности в любых форматах, но прежде всего в процессе преподавания журналистики в медиаклассах, которые активно создаются в школах страны. В нашем случае – к привязке подготовки учащихся новой формации, хотя возникает другая не менее важная проблема, которая уже давно заявила о себе, – не все образовательные учреждения оснащены технически и не во всех школах подготовлены педагогические кадры и имеются учебные пособия, соответствующие современным требованиям.

В настоящее время школьные аккаунты есть в социальных сетях «Мой мир», «Одноклассники», «Твиттер», «telegram» и др., а также на видеохостинге с элементами социальной сети «Youtube». На каждом из этих ресурсов у образовательных учреждений имеется своя группа, где публикуются материалы в виде текстов, а также аудио- и видеоданных. Их наполнение и форма подачи во многом зависят от целевой аудитории и желания пользователей ознакомиться с той или иной новостью.

Вполне очевидно, что социальные сети сейчас – это очень сильный канал для привлечения трафика на школьный сайт. Но это и не менее серьезный фактор, способствующий выбору школьником профессии журналист. Уже на начальных стадиях овладения профессией он учится передавать свою сюжеты через все средства, учится писать для каждой из платформ. Он как редактор школьного СМИ и его журналист уже знает, как люди реагируют на эти платформы.

Вывод напрашивается сам собой: для школьника как начинающего журналиста вполне естественны те свойства журналистской профессии, которые были заложены в первые десять лет нового века. Но они же предопределяют ее текущую привлекательность для значительной части

молодого поколения, которое сегодня еще находится за школьной партой и ее выбирают.

Более того, в современном цифровом и мультиэкранном мире больше нельзя говорить о последовательном и конкурентном, даже о параллельном медиапотреблении. Сегодняшний школьник это понимает как нельзя лучше, так как сегодня он – читатель – зритель – слушатель – комментатор – эмоциональный фильтр, который практикует многомерное медиапотребление и другого больше не знает. Он уже давно отказался от последовательного потребления информации. Если только в детсадовском возрасте на этапе знакомства с мультимедийными фильмами. Сегодня он уже давно перешел к фрагментарному просмотру различных гаджетов, ориентируясь на собственный график жизни и школьное расписание.

У многих детей разного возраста и места проживания изменились предпочтения и в отношении традиционных средств массовой информации. Если в отделенный поселок пришел Интернет, то для его молодого поколения сеть, а не телевизор становятся основным источником информации. Соответственно, он уже живет не под диктовку телепрограммы, а по законам сети. Синхронность просмотра и сопереживания ему уже неизвестны.

К этому следует добавить клиповость мышления современного поколения школьной молодежи, дробление информации при потреблении и много другое, что отличает ее от поколения их же учителей, даже если они не на очень много старше. Все это ставит в повестку дня необходимость учитывать все эти характеристики при организации профориентационных проектов в рамках медиаобразования.

Но при этом медиаобразование должно реализовывать поставленные обществом перед ним задачи. Оно должно быть направлено на достижение учащимися определенных личностных, метапредметных и предметных результатов. При этом среди личностных мы рассматриваем такие как формирование осознанного подхода к выбору будущей профессии в сфере журналистики, а шире – медиа, развитие творческого мышления, коммуникативных навыков, а также навыков письма и письменной речи, применение первичных навыков анализа и критической оценки получаемой информации в повседневной жизни, формирование интеллектуальных умений: способности анализировать, запоминать и использовать основные изученные понятия, строить рассуждения, последовательно и ясно излагать свои мысли, применять полученные знания на практике, готовность и способность к самостоятельной творческой работе и многое другое.

К числу метапредметных результатов относятся следующие. Это – развитие навыков поиска и получения информации, первичных умений анализа и критической оценки информационных каналов и источников, стремление к ясному изложению собственных мыслей, работа над стилем письма, грамотная письменная речь, умение четко формулировать и задавать вопросы в соответствии с поставленными задачами, анализ результатов своей предыдущей деятельности и оформление их в виде, требуемом на следующем этапе.

А в числе предметных результатов главным образом, по мнению авторов, важно выделять знакомство с основами профессии журналиста, повышение общего уровня медиаграмотности, понимание роли информации и медиа в современном мире, развитие навыков поиска и получения информации, работа с источниками и т.д.

Многое из вышеперечисленного входит в практику и все более предметно реализуется в ряде профориентационный проектов в концепте медиаобразования. Поэтому на втором этапе исследования были собраны и отобраны наиболее интересные профориентационные проекты, которые подтверждают значимость профориентационной составляющей в медиаобразовании. Например, профориентационный образовательный проект по журналистике «Юнкоры рассказывают» – победитель конкурса (Президентский грант, 2018–2019 годы)[1]. Его организаторы – частное учреждение дополнительного образования «Центр изучения языков “Лингва”» (г. Рубцовск).

[1] https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=d464639b-f5a8-4b3b-8be3-06170280ea45.

Суть этого проекта заключается в том, в его рамках городские и сельские школьники получают возможность для своей самореализации и ранней профориентации. Для ЦИЯ «Лингва» проект «Юнкоры рассказывают» является продолжение подобного профориентационно-образовательного проекта «Русский язык в медиапространстве».

Этот проект интересен тем, что для его реализации создана молодежная редакция, которая выпустила четыре номера журнала общим тиражом 800 экземпляров. Он был распространен в районных и городских школах, в некоммерческих организация, размещен на сайте ЦИЯ «Лингва». Была определена их тематика, в которую входили такие основные направления, как досуг, добровольчество, профориентационный туризм и др.

Отличительная черта этого проекта – уникальность, до его появления в городе Рубцовске у него не было аналогов, так как в нем не было печатных молодежных журналов, которые выпускали бы сами школьники. В городе нет и школы юнкоров при местных СМИ, которые занимались бы подготовкой себе смены.

Следует отметить, что создание профориентационных проектов имеет давнюю историю в нашей стране. Это подтверждает реализация проекта «Профессиональная ориентация подростков и молодежи на журналистскую профессию в ходе работы над изданием межшкольной газеты “В Центре”»[1].

Этот проект также организован муниципальным образовательным учреждением дополнительного образования детей «Гуманитарный центр интеллектуального развития» (г. Тольятти, 2004–2005 годы). Как и в прежнем примере, основная идея этого проекта направлена на решение задач самореализации, социализации и профессиональной ориентации подростков и молодежи в современном обществе. Работа по созданию газетного номера, по мнению его организаторов, позволит сформировать у них систему знаний, умений и навыков профессионального журналиста.

По содержанию этот проект строился в соответствии с программой «Основы журналистики», что позволяло привлекать к работе профессиональных журналистов и преподавателей журналистики из университета города Тольятти. Вышло 12 номеров межшкольной газеты «В Центре» общим тиражом 500 экземпляров. Оценивая этот опыт, его участники отмечали, что, по мнению одного из авторов, «проект включал самую разнообразную деятельность – руководство изданием, владение словом и оформительским искусством».

Другой участник проекта в своей анкете написал: «Он дал нам, не знавшим до того, что такое журналист, неограниченные возможности самовыражения». Третий посчитал, что «издание газеты – это классический учебный проект, который не только объединяет, увлекает и обучает ребят, но и позволяет им увидеть и осмыслить реальный итог своей деятельности».

Эти примеры интересны тем, что основной профориентационных проектов являются газета, журнал, то есть печатные средства массовой информации. По прошествии совсем небольшого времени центр притяжения профориентационной работы кардинально меняется. Им становятся сетевое издание, сайт, мультимедийный продукт. Примером такого проекта, сочетающего в себе традиционный и онлайновый подходы, можно считать профориентационный проект «Твой выбор»[2].

Его организовала областная научная библиотека имени Н.К. Крупской и адресовала его старшеклассникам (г. Оренбург, 2023 год). Этот проект можно назвать больше информационным, но с практическим уклоном, так как он предлагает школьникам, решившим выбрать профессию журналиста, алгоритм их деятельности. Об это его организаторы сообщают на сайте библиотеки. Обращаясь к своей потенциальной аудитории, они задаются вопросами: «Как не ошибиться при выборе профессии и найти собственное призвание, что поможет заложить основу будущей карьеры, куда пойти учиться после

[1] https://pandia.ru/text/77/476/28411.php.

[2] https://project.orenlib.ru/news/edustage/zhurnalist.html.

школы? Мы поможем тебе сделать правильный выбор».

В принципе это разделы сайта «Шпаргалка абитуриента», которые отвечают на все эти вопросы: «Где получить специальность?»; «Как поступить на журфак?»; «Как готовиться к поступлению?» и др. Это очень полезная для старшеклассника информация. Например, список вузов, имеющих факультеты и отделения журналистики, образец досье для поступления, специфика творческого конкурса и многое другое, вплоть до списка литературы по профессии журналиста.

При этом в режиме реального времени непосредственно в самой библиотеке организуются встречи с практикующими журналистами. Так, первая встреча посвящена профессии «Журналист». На вопросы собравшихся отвечает первый участник проекта «Твой выбор» – оренбургский журналист Татьяна Шаповаленко. Диапазон вопросов к ней достаточно широк: Где сложнее и интереснее работать: в печатных СМИ, на радио или телевидении? Можно ли по учебникам научиться писать хорошие статьи, делать качественные телерепортажи? Где брать темы для материалов? С какими чертами характера категорически нельзя идти в журналистику?

Как видим, эта встреча с журналистом, как и созданный сотрудниками библиотеки сайт приглашают школьника, стоящего перед выбором профессии, принять участие в серьезном разговоре. «Споры о том, обязательно ли журналисту начинать карьеры с профильного обучения, ведутся давно. Кто-то и вовсе считает, что учеба может только навредить его неповторимому стилю письма и речи. Но взглянем на статистику: большинство ведущих журналистов все же окончили вузы по специальности», – обращаются авторы проекта «Твой выбор» к старшеклассникам.

Они предлагают им честно ответить на вопрос: «Почему именно факультет журналистики?». Комментируют: «Варианты: «люблю писать», «хочу брать интервью у звезд», «мечтаю много путешествовать» не подходят. Конечно, тяга к писательству, желание общаться с людьми, не сидеть на месте важны, но только ради этого идти в профессию не стоит. Тем более что на вступительных испытаниях ваш романтический ответ на вопрос, почему вы решили стать журналистом, точно не оценят. Но если вы знаете, что «хотите освещать проблемы в своем регионе», «мечтаете рассказывать истории о малоизвестных, но значимых для общества личностях», «горите желанием помогать людям разбираться в сложных жизненных процессах», добро пожаловать в журналистику»[1].

Число таких проектов, как и тех, кто берется их организовывать, постоянно увеличивается. Но в основном это структуры, занимающиеся внешкольной деятельностью. В последние годы и школа осознала важность профориентационной составляющей в медиаобразовании, которое активно стало развиваться в общеобразовательной средней школе. Поэтому на третьем этапе данного исследования мы обратились к ней.

Оказалось, что наиболее концентрированно этот профориентационный аспект проявляет себя в проекте «Медиакласс в московской школе», который стартовал в 2021 году в каждом округе столицы. Партнерами проекта стали 13 ведущих вузов – Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Московский государственный институт международных отношений, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина, Московский городской педагогический университет и другие. Вполне закономерно, что для повышения культуры речи и навыков публичного выступления учащихся в проекте участвуют театральные вузы столицы – Театральный институт имени Бориса Щукина и Российский институт театрального искусства (ГИТИС).

Безусловный авторитет этом проекту придают его медиапартнеры, которыми стали крупные информационные агентства и ведущие средства массовой информации. Оператором выступил Московский центр качества образования. Его директор Марианна Лебедева отметила, что отличительная черта «Медиакласса в московской школе» – возможность выбора школьниками программ стажировок в медиакомпаниях и СМИ, а также практических занятий на базе вузов-

[1] https://project.orenlib.ru/news/edustage/zhurnalist.html.

партнеров на факультетах журналистики, коммуникаций и связей с общественностью.

Нелишне также отметить, что главным информационным партнером проекта и одной из ведущих площадок для стажировок учащихся медиаклассов стал Московский образовательный телеканал. На его базе ребята знакомятся со спецификой будущей профессии, учатся работать на самом современном оборудовании, посещают мастер-классы и семинары специалистов-практиков, мастеров своего дела. В медиаклассах школьники смогут дополнительно освоить специальные (элективные) курсы – например, по технологии создания современного медиатекста, блогингу, рерайтингу и копирайтингу, основам брендинга, медиаменеджменту, управлению в креативных индустриях, сторителлингу, риторике, основам межкультурной коммуникации, бизнесу в медиасфере и другие.

Если на первых этапах в этом проекте участвовало 66 московских школ, то уже в 2022–2023 годы их стало более 500. Это свидетельствует об их востребованности.

ВЫВОДЫ

На основании проведенного исследования можно утверждать:

- развитие медиаобразования стало своеобразным символом российской педагогики последних десятилетий;
- профориентационная составляющая медиаобразования сегодня выходит на первый план, так как сегодня обществу нужны журналисты новой формации, выросшие в цифровой среде, сочетающие традиционные и новаторские подходы в профессии;
- теоретически обосновано значение профориентационной составляющей медиаобразования как профориентационного проекта;
- обобщен опыт современных профориентационных проектов;
- рассмотрена деятельность медиаклассов как нового способа профориентационной деятельности в эпоху цифровизации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вполне логично, что новые информационные технологии во многом способствовали тому, что все большее внимание стало уделяться профориентационной составляющей медиаобразования. Впрочем, и медиаобразование как целостный концепт можно считать самостоятельным профориентационным проектом.

Но проведенный анализ теоретических работ, знакомство с практическим опытом реализации рассматриваемых нами профориентационных проектов позволяют утверждать, что именно идеи смыслов и спроса на смысл самой широкой аудитории уже сегодня становятся ведущей функцией их деятельности. Это проявляется в каждом из школьных профориентационных проектов и в более сконцентрированном виде – в деятельности медиаклассов. Именно смысл обеспечивает им будущее и их востребованность сегодняшними школьниками своей будущей профессии – в данном случае журналистики.

Но эта осмысленность молодого поколения проявляется и при выборе других профессии, что позволило в заключение уместным также добавить немного статистики. Проекты по предпрофессиональному образованию реализуются в столице с 2015 года. В этом учебном году на 20% выросло количество учеников в предпрофессиональных классах столичных школ. Свыше 45 тысяч юных москвичей занимаются в медицинских, инженерных, академических, кадетских, педагогических, курчатовских, атомных, предпринимательских и ИТ-классах. Это на 10 тысяч человек больше, чем в прошлом году.

Это позволяет надеяться, что на смену нам идет думающее поколение.

Литература

1. Аблихарова Д. «Золотые перья» России: соединяя поколения // Идеи и новации. 2017. № 02(8). С. 147–150.

2. Буров К.С. Содержание взаимодействия субъектов профориентационной деятельности // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Образование. Педагогические науки. 2014. Т. 6, № 4. С. 33–40.

3. Возчиков В.А. Медиаобразование и мировоззрение // Известия Российского государственного педагогического

университета имени А.И. Герцена. 2005. Т. 5, № 10. С. 184–192.

4. Дагаева Н.М. Журналистская деятельность в школе – путь к личностному и социальному успеху учащихся // Эксперимент и инновации в школе. 2014. № 3. С. 31–34.

5. Добош Е.Г. Практико-ориентированный подход в медиаобразовании учащихся школ как фактор профессиональной ориентации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4(26). С. 76–82.

6. Жилавская И. Медиаобразовательный потенциал СМИ // Медиаобразование: опыт и перспективы: межвуз. сб. / под ред. Ю.Л. Полевой. Воронеж, 2016. С. 34–43.

7. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. 287 с.

8. Коханова Л.А. Становление медиаобразования в России как результат взаимодействия педагогического и журналистского научного сообщества // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2018. № 1. С. 121–127.

9. Лащук О.Р., Смирнова О.В. Анализ деятельности журналиста и редактора в контексте оптимизации российского медиапространства // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 12. С. 121–129.

10. Миронов А.Г. Проблемы организации профориентационной деятельности обучающихся в современных условиях // Казанский педагогический журнал. 2015. № 6. С. 86–91.

11. Ушева Т.Ф. Рефлексивные субъекты социального партнёрства в организации профориентационной деятельности школьников // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Образование. Педагогические науки. 2017. Т. 9, № 2. С. 27–34.

12. Черешнева Ю.Е. Подготовка журналистов цифровой эпохи // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2018. Т. 2, № 2. С. 272–277.

References

1. Ablikharova D. Russia's Golden Feathers: Connecting Generations. *Ideas and Innovations*, 2017, no. 02(8), pp. 147–150 (in Russian).

2. Burov K.S. Content of Interaction of Subjects of Professional Orientation Activities. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Obrazovanie. Pedagogicheskie nauki*, 2014, vol. 6, no. 4, pp. 33–40 (in Russian).

3. Vozchikov V.A. Media Education and World Outlook. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni A.I. Gertsena*, 2005, vol. 5, no. 10, pp. 184–192 (in Russian).

4. Dagaeva N.M. Journalism at school – the way to personal and social success of students. *Eksperiment i innovatsii v shkole*, 2014, no. 3, pp. 31–34 (in Russian).

5. Dobosh E.G. Practical-Oriented Approach in Media Education of Schoolchildren as a Factor OF Professional Orientation. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2017, no. 4(26), pp. 76–82 (in Russian).

6. Zhilavskaya I. Media educational potential of the media. In: Poleva Yu.L., ed. *Mediaobrazovanie: opyt i perspektivy: mezhvuz. sb.* [Media Education: Experience and Prospects: Interuniversity Collection]. Voronezh, 2016, pp. 34–43 (in Russian).

7. Korkonosenko S.G. *Osnovy zhurnalistiki: uchebnik dlya vuzov* [Fundamentals of Journalism: A Textbook for Universities]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2001, 287 p. (in Russian).

8. Kokhanova L.A. Formation of Media Education in Russia as Result of Pedagogical and Journalistic Scientific Community Interaction. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva*, 2018, no. 1, pp. 121–127 (in Russian).

9. Lashchuk O.R., Smirnova O.V. Analysis of the Journalists and Editors Activity in the Context of the Russian Media Space Optimization. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya*, 2018, no. 12, pp. 121–129 (in Russian).

10. Mironov A.G. Problems of Organization of Student's Professional Self-Determination in Modern Conditions. *Kazanskii pedagogicheskii zhurnal*, 2015, no. 6, pp. 86–91 (in Russian).

11. Usheva T.F. Reflexive Members of the Social Partneship in the Carrer Guidance Acvities' Organization for Schoolchildren. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Obrazovanie. Pedagogicheskie nauki*, 2017, vol. 9, no. 2, pp. 27–34 (in Russian).

12. Chereshneva Yu.E. Training Jonrnalists Digitalization Epoch. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva*, 2018, vol. 2, no. 2, pp. 272–277 (in Russian).

Информация об авторе / Information about the author

Алексеева Наталия Владимировна
специалист по учебно-методической работе,
кафедра цифровой журналистики,
факультет журналистики,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
(*125009, Россия, г. Москва, ул. Моховая, д. 9*)
natasha.alex2010@yandex.ru

Natalia V. Alekseeva
Specialist in Educational and Methodological Work,
Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow State University
(*9, Mokhovaya str., Moscow, 125009 Russia*)
natasha.alex2010@yandex.ru

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

УДК 378.126 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_32

НОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ПЕДАГОГА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

И.Ю. Назаренко

ORCID: https://orcid.org/0009-0000-9568-8570

ГБОУ Школа № 1329, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Цель статьи *– осмыслить особенности предпрофессиональной журналистской подготовки в условиях современной медиасреды, основываясь на личном опыте работы с учащимися в сфере журналистики. В работе обоснована необходимость создания новой образовательной модели, позволяющей использовать возможности цифровой среды, сформулированы основные параметры такой модели, обозначены новые компетенции педагога.*

Материалы и методы. *Данное исследование в своей основе базируется на ряде работ, посвященных этой проблеме. В них реализуется идея того, что предпрофессиональная подготовка подростков в сфере журналистики должна быть ориентирована, прежде всего, на формирование адекватных представлений о месте журналистики в современном информационном цифровом пространстве.*

Что касается методов сбора и обработки эмпирических данных, то использовались метод случайной выборки, анкетирование и статистические методы обработки полученных данных.

Результаты исследования. *На основе собранных данных была предпринята попытка определить новые программы, формирующие медиасреду образовательных учреждений. Определяющей моделью ее функционирования является предпрофессиональная подготовка учащихся. Так, из 50 опрошенных учащихся школы № 1329 хотят стать журналистами 40, не определились 10, что, в свою очередь, и задает специфику деятельности педагога и определяет его компетенции.*

Выводы. *По итогам исследования сделаны выводы, основной из которых заключается в том, что в образовательном учреждении создаются цифровые образовательные модели, позволяющие использовать возможности цифровой среды (Интернета), сформулированы основные параметры такой модели, выявлены новые компетенции педагога.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Медиаобразование, журналистика, предпрофессиональная подготовка, медиасреда, мультимедиа.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Назаренко И.Ю. Новые компетенции педагога в цифровой среде // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 32–37. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_32.

TEACHER'S NEW COMPETENCES IN DIGITAL ENVIRONMENT

Irina Yu. Nazarenko

ORCID: https://orcid.org/0009-0000-9568-8570

School no. 1329, Moscow, Russia

ABSTRACT

The ***object*** *of the scientific paper below is to analyze the peculiarities of pre-professional preparation in the sphere of journalism in terms of contemporary media environment based on personal experience in working with students of journalism. The paper gives grounds on the necessity of creating a new educational model which enables applying new opportunities of digital environment and it formulates the key parameters of this model and highlights the teacher's new competences.*

Materials and methods. *The research paper is mainly based on a number of scientific writings devoted to this issue. These papers only confirm the idea that teenagers' pre-professional preparation in the sphere of journalism must primarily aim at forming adequate perceptions of the role of journalism in modern information digital space.*

As far as the methods of gathering and processing the empirical data are concerned, such methods as random sampling, questionnaires, and statistical methods of the obtained data processing have been implemented.

Research findings. *On the basis of the gathered data there has been made an attempt to define new programs which form the media environment of educational institutions. The students' pre-professional preparation is the determining model of the functioning of this environment. Thus, out of 50 respondents from school No.1329, 40 students want to become journalists, and 10 students have not yet made up their minds, the fact which in its turn, sets the agenda for the activities of a teacher and determines their competences.*

Conclusions. *On the basis of the research conducted a number of conclusions have been made, the most significant of which consists in the fact that in an educational institution digital educational models are being created which enable using the capacities of digital environment (the Internet). The main parameters of such model have been formulated and the teacher's new competences have been singled out.*

KEYWORDS

media education, journalism, pre-professional preparation, media environment, multimedia.

FOR CITATIONS

Nazarenko I.Yu. Teacher's New Competences in Digital Environment. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 32–37. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_32 (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

Вполне очевидно, что систему образования страны ждут серьезные изменения. Цифровая педагогика, то есть педагогика, обеспечивающая высокое качество образования с помощью компьютеров, компьютерных программ, всевозможных приложений, становится реальностью. Это признают самые широкие слои общественности. Создаются инициативные группы, которые пытаются осмыслить эти техногенные, а затем и смысловые трансформации. Так, участники группы, выступившие с некоммерческой инициативой – проектом Edutainme, попытались в предлагаемом ими Манифесте о цифровой образовательной среде, сформулировать основные ее положения [8].

Но даже самые смелые новаторы не отдают процесс образования на откуп искусственному интеллекту. Они сохраняют педагога как главную фигуру учебного процесса, от которого требуется сочетание педагогических практик, технических навыков и нового подхода к разработке учебных программ и организации обучения. По сути, это требует новых компетенций школьного учителя, с чем уже на практике столкнулись те из них, которые пришли в создаваемые в школах медиаклассы.

Поэтому цель данного исследования – выявить сильные и слабые тематические стороны специализации медиапедагога, сочетающего в своем виде деятельности знания, умения и навыки как учителя, так и журналиста.

Для этого нам необходимо в данной статье решить следующие задачи:

- теоретически обосновать новое видение современной образовательной среды, которое требует новых компетенций школьного педагога;
- определить условия успешного взаимодействия данных компетенций в деятельности педагога;
- сформулировать основные параметры модели педагога, позволяющей использовать возможности журналистики и педагогики;
- в условиях развития цифровых технологий обозначить новые компетенции педагога, которые востребованы изменяющейся журналистикой.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Данное исследование в своей основе базируется на ряде работ, посвященных этой проблеме. Прежде всего это труды И.В. Жилавской [5], Б.Н. Лозовского [7], А.В. Федорова, И.В. Челышевой [12] и других. В них реализуется идея того, что предпрофессиональная подготовка подростков в сфере журналистики или в медиасфере должна быть ориентирована, прежде всего, на формирование адекватных представлений о месте журналистики в современном информационном пространстве.

В свою очередь, это требует от учителя владения всеми современными технологиями предоставления информации (от организации коммуникации в соцсетях до создания электронных учебных пособий). Такая модель позволит решать медиаобразовательные задачи, формировать культуру коллективного и индивидуального взаимодействия с медиасредой, а также эффективно использовать возможности цифровых технологий для раскрытия творческого потенциала личности учеников. Осмысление этих подходов обосновывается в работах М.Г. Кашкиной [6], И.И. Попова, П.Б. Храмцова, Н.В. Максимова [9] и др.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сегодня, когда много говорится о необходимости медиаобразования школьников, возрастает популярность специализированных классов, осуществляющих подготовку юных журналистов. Ю.Б. Балашова, рассматривая школьную журналистику как форму социально-культурной деятельности, отмечает, что сегодня существует запрос на новые программы по журналистике для детей и подростков, поскольку существующим программам факультативов и секций дополнительного образования не хватает концептуальности и научных оснований [2].

Говоря о предпрофессиональной подготовке, мы должны иметь в виду принцип дополнительности: учащийся, окончивший медиакласс, как правило, поступит на соответствующий факультет вуза. Профильная подготовка предполагает наличие (или создание) единой образовательной среды школы, ориентацию на профессионально важные качества обучающихся, профессиональный эталон.

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

Сегодня возникает необходимость говорить и о месте журналистики в современном медиапространстве, и о специфике преподавания журналистики учащимся, и о личности самого преподавателя как носителя новых цифровых компетенций, реализуемых им в профессиональной преподавательской деятельности. Как отмечается в Манифесте о цифровой образовательной среде, в настоящий момент формируется новая цифровая педагогика, которая пока не изучена, и предстоит понять, как же она устроена [8].

Именно развитие цифровых технологий обострило конфликт между учителем и учеником. В настоящее время это не просто конфликт потребностей в актуальной информации и неактуальных знаний, это конфликт между самим способом передачи информации и особенностями её восприятия. Другими словами, проблема заключается в том, что в формате учебного урока знания школьных предметов не могут быть освоены поколением, воспитанным в цифровой среде.

Поэтому в сложившихся условиях необходимо вести активный поиск новых методов трансляции знания, в основе которых лежали бы системные представления о функционировании информации в современном обществе. Современный педагог должен понимать механизмы формирования фрагментарного мышления у учеников, использовать его положительные стороны в образовательном процессе, понимать смысловые ориентиры и приоритеты «цифрового» поколения.

Это особенно важно в работе педагога, обучающего подростков взаимодействию с медиасредой. Речь идёт не о многообразии видов деятельности, сменяющих друг друга в определённой последовательности, не об использовании преподавателем различных технических средств обучения, а о новых принципах организации образовательного процесса с использованием цифровых технологий.

Таким образом, построение многомерной образовательной модели, позволяющей обучающимся решать одновременно несколько задач, становится насущной необходимостью, вызовом информационной эпохи. Эта многомерная модель должна позволять обучающимся приобретать новый опыт взаимодействия, навыки профессиональной деятельности.

Можно выделить *основные черты новой образовательной модели:*

- индивидуальная активность в образовательном процессе;
- открытость новому знанию как обучающихся, так и педагогов;
- постоянно развивающаяся инструментальная среда;
- динамичность образовательного пространства;
- разные виды активностей.

Итак, предпрофессиональная подготовка школьников в сфере журналистики должна быть ориентирована прежде всего на формирование адекватных представлений о месте журналистики в современном информационном пространстве.

В свою очередь, это требует от педагога владения всеми современными технологиями предоставления информации. Такая модель позволит решать медиаобразовательные задачи, формировать культуру коллективного и индивидуального взаимодействия с медиасредой, а также эффективно использовать возможности цифровых технологий для раскрытия творческого потенциала личности подростка.

Если мы говорим сегодня о современном обществе как об информационном, то становится очевидным, что для эффективного функционирования в нем любому человеку необходимы умения и навыки взаимодействия с потоками информации. Следствия развития информационного общества отражаются в картине мира и образе жизни каждого человека. При огромном разнообразии информации, распространяемой СМИ, возникает необходимость приобретения таких знаний, с помощью которых можно ориентироваться и эффективно действовать в новом типе общества.

Таким образом, тенденции развития социума ставят перед системой медиаобразования вопрос – как обеспечить потребность общества в критически мыслящих работниках, способных использовать информационную среду для решения разного типа задач. При такой постановке вопроса на первый план выдвигается проблема медиакомпетенции. В школе к медиаресурсам учащиеся получают преимущественно свободный доступ. Как показали результаты опроса, проведенного в школе № 1329 среди учителей, 56,7%

из них используют медиа для подготовки к учебному занятию и только 2,9% – не используют.

Проблема формирования медиакомпетенции актуальна и для системы подготовки педагогов. В процессе подготовки учителей активно используются медиатексты различных форматов, а Интернет становится не только одним из источников актуальной информации, но и особой коммуникативно-информационной средой. Определимся с термином «медиакомпетенция». А.В. Федоров с соавт. в термине «медиакомпетенция» более точно определяет суть имеющихся у индивида умений использовать медиа, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных формах, видах и жанрах [12].

Рассматривая все эти точки зрения, приходим к выводу, что во всех этих определениях не хватает существенного дополнения. И проведя параллели между терминами, мы выявили свою точку зрения. Медиакомпетенция – это совокупность взаимосвязанных качеств личности, а также способность использовать знания и умения в области медиа – это умение, открытое для будущего, оно должно включать и будущее, и настоящее, а также использовать эти навыки в учебной деятельности. А.В. Федоров с соавт., рассматривая медиакомпетенцию, выделяет семь показателей, по которым предлагает оценивать ее уровень:

- мотивационный (мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические);
- контактный (частота общения/контакта с медиа и произведениями медиакультуры);
- информационный (знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации);
- перцептивный (способности к восприятию медиатекстов);
- интерпретационный/оценочный (умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме и медиатексты разных видов и жанров на основе определенных уровней развития медиавосприятия и критического мышления) [12].

Анализ исследований в области медиаобразования показал, что существует несколько точек зрения по проблеме содержания и структуры медиакомпетенции. Для формирования медиакомпетенции у школьников в процессе образования применяются следующие медиаобразовательные методы (по источникам полученных знаний):

- словесные (беседа, объяснение, рассказ, дискуссия);
- наглядные (иллюстрация и демонстрация медиатекстов);
- практические.

Таким образом, медиакомпетенция – адекватное восприятие медиасредств, умение использовать их в учебной и социальной деятельности для грамотного решения поставленных медиазадач, представленных для школьного возраста и выполнения функции коммуникации в постоянно изменяющемся современном мире. Успешность его умения зависит от создания чётко спроектированных сообразно возрастным особенностям образовательных задач предмета «Журналистики».

Для современного учителя очевидна необходимость навыков восприятия информации, умения верно понимать значения аудиовизуальных образов, свободно обращаться с информационными потоками и ориентироваться в них. Все это призвано обеспечить медиаобразование.

Для достижения нового качества образования необходимо так организовать обучение и воспитание каждого ребёнка, чтобы оно способствовало развитию, учило созидать, самостоятельно добывать знания, ориентироваться в нестандартной ситуации, быть ответственным за свои поступки. В процессе медиатворчества происходит становление и развитие ключевых компетенций, а реализация компетентностного подхода – это важное условие повышения качества образования.

Нам видится, что в новых подходах к работе школьного медиакласса, открываются огромные возможности современной педагогики, где медиаобразование охватывает всё новые и новые сферы жизни учащихся, работает как инструмент не только обучения школьников, но и формирования их гражданской позиции, нравственной устойчивости.

Одной из ведущих проблем на современном этапе развития образовательной системы медиакласса является проблема организации взаимодействия педагогики и журналистики в системе

образования, а также придания этой системе новых качеств (таких как адаптивность и гибкость). Это вполне логично, ведь информация не может доставляться учащимся без педагогической коммуникации, в качестве которых выступают журналистские медиапроекты.

Изменение информационной структуры школы требует нового подхода к формам работы с детьми. Главная задача учителя: определить метод использования средств новых информационных технологий для образовательных целей школьников.

В образовательных организациях получили новое развитие средства информации: глобальные компьютерные сети, телевидение, радио, газеты. Новые информационные технологии должны стать инструментом для познания мира и осознания себя в нём. В школе созданы предпосылки для развития творческой инициативы, открыт широкий простор для выражения различных мнений, убеждений, оценок. Все это требует развития коммуникативных возможностей учащегося.

Таким образом, цель данного исследования в определенной степени достигнута. Мы постарались выявить сильные и слабые тематические стороны специализации медиапедагога, сочетающего в своей деятельности знания, умения и навыки как учителя, так и журналиста. Для этого нам было необходимо определить несколько условий успешного их взаимодействия, в их число входят следующие:

- медиаресурс школы;
- содержательная сторона компетенций учителя;
- главная роль педагога при наведении информационного направления в школьном образовательном медиапространстве;
- в процессе построения школьного медиаобразования учителя и ученики свободны в своём выборе меры и способа участия и не ограничены постоянным статусом, навязанным извне.

Обобщая полученные данные, следует отметить, что наличие такой среды и ее динамическое развитие определяют ряд действий медиапедагога. К ним авторы относят следующие: учитель позволяет ученикам самим выбрать темы и участвовать в жизни медиакласса; школьники ищут, спрашивают, узнают и анализируют, только тогда у них проявляется интерес к журналистской работе.

Особое место в процессе создания образовательной среды в школьном социуме, по мнению респондентов, отводится современным технологиям. Причем педагог не боится предлагать их школьникам и сам их активно использует. Так, по мнению юных журналистов, электронная газета или школьный телеканал, например, в Telegram, для школы актуальнее, чем традиционные бумажные носители. Поэтому в современных условиях необходимо вести активный поиск новых методов трансляции теоретических знаний, в основе которых лежат системные представления о функционировании информации в современном обществе.

Как видим, новое время диктует в деятельности медиапедагога принципиально новый набор компетенций. При этом даже традиционные понятия требуют переосмысления с учетом специфики подрастающего поколения, родившегося «с телефоном» в руке, детей компьютерной эры и мира социальных сетей. Поэтому на первые позиции в их деятельности выходит журналистика.

Сегодня назрела необходимость говорить и о месте журналистики в современной медиасреде школы, и о специфике преподавания журналистики школьникам, и о личности самого преподавателя как носителя новых компетенций, реализуемых им в профессиональной преподавательской деятельности. Ведь сегодня медиапедагог формирует в школьном пространстве новую цифровую педагогику, создает новые работающие образовательные модели.

ВЫВОДЫ

- Определены условия успешного взаимодействия образовательных и медиакомпетенций в деятельности педагога;
- сформулированы основные параметры модели педагога, позволяющей использовать возможности журналистики и педагогики;
- в условиях развития цифровых технологий обозначены новые компетенции педагога, которые востребованы изменяющейся журналистикой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Практика показала, что в педагогическом сообществе уже накоплен достаточный опыт в медиаобразовании, который как раз и строится на сочетании двух составляющих педагогического и журналистского подходов. Тем же, кто уже пришел в медиакласс, необходимо овладевать новыми компетенциями и новыми методиками преподавания дисциплины «Журналистика».

В итоге школа обретет ту информационно-коммуникативную среду, которая одновременно станет и образовательной. Результативность такой деятельности – подросток, комфортно чувствующий себя в многомерном сетевом пространстве и верно выбирающий свое место в нем.

Литература

1. Авдулов А.Н., Кулькин А.М. Классификация информационных технологий // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. 2004. № 1 (35). С. 36–45.

2. Балашова Ю.Б. Школьная журналистика начала XX века как форма социально-культурной деятельности: дис. … канд. пед. наук. СПб., 2006. 197 с.

3. Виды информационных технологий [Электронный ресурс]. URL: www.prepod2000.kulichki.net/item_282.html.

4. Демкин В.П., Можаева Г.В. Технологии дистанционного обучения. Томск: Изд-во Томского ун-та, 2003. 106 с.

5. Жилавская И.В. О современной концепции медиаинформационной грамотности и медиаобразования [Электронный ресурс] // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3. URL: http://mic.org.ru/index.php/new/125-o-sovremennoj-kontseptsii-mediainformatsionnoj-gramotnosti-i-mediaobrazovaniya.

6. Кашкина М.Г. Медиакультура информационного общества в аспекте философского дискурса: дис. ... канд. филос. наук. Краснодар, 2012. 194 с.

7. Лозовский Б.Н. Журналистское воздействие на молодежь. Свердловск: Свердловская типография, 2001. 533 с.

8. Манифест о цифровой образовательной среде / Н. Чеботарь, В. Синельников, М. Кушнир и др. [Электронный ресурс]. URL: http://edutainme.ru.

9. Мусихина П. Не судьба! // Дворовый вестник. 2010. № 8. С. 7.

10. Новиков К.Ю. Психология детского радиовещания. М.: Компания спутник+, 2006. 240 с.

11. Попов И.И., Храмцов П.Б., Максимов Н.В. Введение в сетевые информационные ресурсы и технологии: учеб. пособие. М.: РПГУ, 2001, 207 с.

12. Федоров А.В., Челышева И.В. Медиаобразование в России: краткая история развития. Таганрог: Познание, 2002. 266 с.

References

1. Avdulov A.N., Kul'kin A.M. Classification of information technologies. *Vestnik Rossiiskogo fonda fundamental'nykh issledovanii*, 2004, no. 1 (35), pp. 36–45 (in Russian).

2. Balashova Yu.B. *Shkol'naya zhurnalistika nachala XX veka kak forma sotsial'no-kul'turnoi deyatel'nosti: dis. … kand. ped. nauk* [School journalism of the beginning of the XX century as a form of socio-cultural activity: Cand. Diss.]. St. Petersnurg, 2006, 197 p. (in Russian).

3. Types of information technology. Available at: www.prepod2000.kulichki.net/item_282.html (in Russian).

4. Demkin V.P., Mozhaeva G.V. *Tekhnologii distantsionnogo obucheniya* [Distance Learning Technologies]. Tomsk, Tomsk University Publ., 2003, 106 p. (in Russian).

5. Zhilavskaya I.V. The modern Concept of Media-informational Literacy and Mediaeducation. Media. Informatsiya. Kommunikatsiya, 2012, no. 3. Available at: http://mic.org.ru/-index.php/new/125-o-sovremennoj-kontseptsii-mediainformatsionnoj-gramo¬tnosti-i-mediaobrazovaniya (in Russian).

6. Kashkina M.G. *Mediakul'tura informatsionnogo obshchestva v aspekte filosofskogo diskursa: dis. ... kand. filos. nauk* [Media Culture of the Information Society in the Aspect of Philosophical Discourse: Cand. Diss.]. Krasnodar, 2012, 194 p. (in Russian).

7. Lozovskii B.N. *Zhurnalistskoe vozdeistvie na molodezh'* [Journalistic impact on young people]. Sverdlovsk, 2001, 533 p. (in Russian).

8. Chebotar' N., Sinel'nikov V., Kushnir M. et al. Manifesto on the Digital Learning Environment. Available at: http://edutainme.ru (in Russian).

9. Musikhina P. Not fate! *Dvorovyi vestnik*, 2010, no. 8, p. 7 (in Russian).

10. Novikov K.Yu. *Psikhologiya detskogo radioveshchaniya* [Psychology of children's radio broadcasting]. Moscow, Kompaniya sputnik+ Publ., 2006, 240 p. (in Russian).

11. Popov I.I., Khramtsov P.B., Maksimov N.V. *Vvedenie v setevye informatsionnye resursy i tekhnologii: uchebnoe posobie* [Introduction to Online Information Resources and Technologies: A Tutorial]. Moscow, 2001, 207 p. (in Russian).

12. Fedorov A.V., Chelysheva I.V. *Mediaobrazovanie v Rossii: kratkaya istoriya razvitiya* [Media Education in Russia: A Brief History of Development]. Taganrog, Poznanie Publ., 2002, 266 p.

Информация об авторе / Information about the author

Назаренко Ирина Юрьевна
Педагог-дополнительного образования,
куратор медиакласса, Школа № 1329
(*119571, г. Москва, ул. Академика Анохина, 2, корп. 5*)
Salink@bk.ru

Irina Yu. Nazarenko
Extracurricular Education Teacher, School no.1329
(bld 5, 2 *Akademika Anokhina str. , Moscow, 119571 Russia*)
Salink@bk.ru

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

УДК 37.013 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_38

ПЕДАГОГ В МЕДИАКЛАССЕ: СБАЛАНСИРОВАННЫЙ ПОДХОД

Е.И. Рощина

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4467-9145

Московский международный университет, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Цель статьи *– показать, что проект предпрофессионального образования «Медиакласс в московской школе», который стартовал в 2021 году, потребовал принципиально нового медиапедагога, сочетающего в своей деятельности знания, умения и навыки педагога и журналиста, то есть сбалансированного подхода в его подготовке.*

Материалы и методы. *Исследование базируется на ряде работ, в которых обозначается важная составляющая профессии медиапедагога – журналистика, но при этом сохраняется и педагогическая составляющая. При сборе и обработке эмпирических данных использовались метод случайной выборки, анкетирование и статистические методы обработки полученных данных.*

Результаты исследования. *По результатам опроса выявлено, что в практике медиаклассов существует дисбаланс между журналистским и педагогическим подходами в организации обучения в них. Одни педагоги за основу своей деятельности берут педагогику, другие – журналистику, что не способствует эффективности работы медиаклассов. Доказано, что требуется объединение этих сфер деятельности в условиях развития цифровых технологий, которые обозначают новые компетенции педагога в медиаклассе. Определены основные параметры модели педагога, позволяющие использовать возможности журналистики и педагогики в организации учебного процесса как практико-ориентированного обучения.*

Выводы. *Очевидный дисбаланс между педагогикой и журналистикой, который проявился в деятельности педагога, работающего в медиаклассе, способствовал появлению принципиально новой профессии «медиапедагог». В ее основе сочетание педагогического и журналистского подходов, что позволяет обучать учащихся создавать школьную газету, телепередачу, мультимедийный ресурс и другие журналистские форматы.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Медиапедагог, журналистика, педагогика, медиакласс, предпрофессиональное образование, практико-ориентированное обучение.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Рощина Е.И. Педагог в медиаклассе: сбалансированный подход // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 38–43. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_38.

MEDIA CLASS TEACHER: BALANCED APPROACH

Ekaterina I. Roshchina

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4467-9145

Moscow International University, Moscow, Russia

ABSTRACT

*The **object** of the research paper below is to prove that the project of pre-professional education "Media Class in a Moscow School" launched last year requires a brand new type of media teacher who in their professional activities combines the knowledge, skills, and experience of a teacher with those of a journalist. In other words, there ought to be a balanced approach to preparing such teachers.*

Materials and methods. *The research is based on a number of scientific papers which define a crucial component of the job of a media teacher – journalism, but at the same time, the teaching component is also retained. In the process of collecting and processing the empirical data the methods of random sampling, polling, and the statistical methods of processing the data obtained have all been implemented.*

Research findings. *According to the results of the poll conducted there has been revealed a certain imbalance between journalistic and teaching approaches to organizing the studying process in media classes. Some teachers take pedagogy as the basis of their professional activities, whereas others are in favor of journalism, which does not contribute to media class efficiency. It has been proved that it is necessary to unite these two spheres of activity within the framework of digital technologies development as these technologies stipulate the teacher's new competences in a media class. There have also been defined the paramount parameters of a teacher's model which enable using the potential of journalism and pedagogy in organizing the process of teaching as practice-oriented one.*

Conclusions. *An obvious imbalance between pedagogy and journalism which can clearly be seen in the professional activities of a media class teacher has contributed to the emergence of an absolutely new job of a "media teacher". This profession is based on a combination of teaching and journalistic approaches, which makes it possible to teach students to publish a school newspaper, a TV program, a multimedia resource, and other journalistic formats.*

KEYWORDS

Media teacher, journalism, pedagogy, media class, pre-professional education, practice-oriented teaching.

FOR CITATIONS

Roshchina E.I. Media Class Teacher: Balanced Approach. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 38–43. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_38 (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

Исследования последних лет современного рынка труда показали, что в настоящее время востребованными в стране становятся хорошо подготовленные специалисты в информационно-коммуникативной сфере. Реализовать эту задачу, по мнению организаторов отечественного образования, призваны специализированные классы. В столице этот новый проект предпрофессионального образования, который стартовал в 2021 году, получил название «Медиакласс в московской школе».

Сегодня, по данным ведомства, медиаклассы уже открылись в 66 школах. В них обучаются полторы тысячи старшеклассников. Спрос у школьников на это профильное образование, связанное с владением технологическими, культурологическими и менеджерскими методами в информационно-коммуникативной сфере, оказался достаточно высок.

Но в то же время их появление поставило на повестку дня задачу подготовки педагогов для работы в них. По прошествии достаточно небольшого времени, которое прошло со времени их создания, очевидным стал дисбаланс между педагогическими знаниями и журналистской практикой, из которых складывается деятельность педагога, выбравшего работу в медиаклассе.

Объект исследования – медиакласс в общеобразовательной школе как новый проект подготовки учащихся в профильных классах.

Предмет исследования – специфика работы педагога в медиаклассе.

Поэтому цель данной статьи – обозначить эту сложную ситуацию, сложившуюся в медиаклассах, в которой формируется принципиально новая профессия педагога в школе, и показать, какие явно выраженные модели его деятельности наблюдаются в сегодняшней практике его работы в медиаклассе.

Для ее достижения в процессе исследования необходимо решить следующие задачи:

- выявить сильные и слабые тематические стороны специализации педагога, сочетающего в своем виде деятельности знания, умения и навыки как учителя, так и журналиста;
- на основе эмпирического материала доказать, что сегодня в деятельности педагога наметились две тенденции: педагогическая и журналистская;
- определить условия успешного взаимодействия данных компетенций в деятельности педагога;
- сформулировать основные параметры модели педагога, позволяющие использовать возможности журналистики и педагогики:
- в условиях развития цифровых технологий обозначить новые компетенции педагога, которые востребованы динамично изменяющейся журналисткой.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Данное исследование в своей основе базируются на ряде работ, посвященных этой проблеме. Прежде всего это труды И.В. Жилавской [4], Б.Н. Лозовского [6], А.В. Федорова, И.В. Челышевой [11] и других. В них реализуется идея того, что предпрофессиональная подготовка подростков в сфере журналистики должна быть ориентирована прежде всего на формирование адекватных представлений о месте журналистики в современном информационном пространстве. Тем самым обозначается важная составляющая профессии медиапедагога – журналистика.

Это особенно важно, так как современный журналист, а следовательно, и медиапедагог функционируют в мире новых информационных технологий, которые кардинально изменили профессию. Более детально новым реалиям информационного пространства посвящены работы А.Н. Авдулова, А.М. Кулькина [1], В.П. Демкина, Г.В. Можаева [3] и др. Их авторы говорят о том, что необходимо задействовать все возможности, которые нам открывает цифровой мир. К ним они относят возможность доступа к информации, организацию интерактивного и индивидуального процесса работы с информацией, освоение разных форматов предоставления информации (от поста в социальных сетях до классической заметки).

В свою очередь, это требует от медиапедагога владения всеми современными технологиями предоставления информации: от организации коммуникации в социальных сетях до создания

электронных учебных пособий. Такая модель позволяет решать в значительной степени педагогические задачи, формировать культуру коллективного и индивидуального взаимодействия с медиасредой, а также эффективно использовать возможности цифровых технологий для раскрытия творческого потенциала личности подростка. Осмысление этих подходов обосновывается в работах М.Г. Кашкиной [5], И.И. Попова, П.Б. Храмцова, Н.В. Максимова [9] и других.

Что касается методов сбора и обработки эмпирических данных, то использовались метод случайной выборки, анкетирование и статистические методы обработки полученных данных.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На начальном этапе исследования было выяснено, что новый проект предпрофессионального образования «Медиакласс в московской школе», который стартовал в 2021 году, успешно развивается. Сегодня, по данным ведомства, медиаклассы открылись в 66 школах. В них обучаются полторы тысячи старшеклассников. Источником для составления списка медиаклассов послужили данные департамента образования Москвы в разделе «Медиакласс в московской школе», которые постоянно обновляются.

Критериями отбора для анализа их деятельности является наличие средств массовой информации, которые в рамках их функционирования создаются совместными усилиями учащихся и педагогов. Из этой группы с использованием метода случайной выборки были определены те медиаклассы, деятельность которых представляет для нас интерес с учетом цели данного исследования.

В основном сегодня в школах и центрах дополнительного образования издаются газеты. В настоящее время на образовательном портале «Школьная пресса» зарегистрировано 2651 издание. Из них 1744 издания выпускаются в общеобразовательных учреждениях, 176 – в учреждениях дополнительного образования. Лидером по издательской деятельности является Москва (505 изданий), далее следует Нижегородская область (155 изданий), замыкает тройку лидеров Санкт-Петербург (98 изданий).

Практически во всех школах, в которых созданы отобранные нами для анализа медиаклассы, издается такой вид СМИ, как газета. Телецентры до недавнего времени встречались реже, но они уже начали более активно развиваться буквально в последнее время. Можно предположить, что шесть направлений, которые определены в медиаклассах, во многом этому способствуют. Они в большей степени направлены на создание отдельно аудиального и визуального продукта или мультимедийного продукта, которые объединяет в себе все виды подачи информации. Это медиажурналистика, PR или связи с общественностью, тележурналистика, радиожурналистика, фотожурналистика и медиакоммуникации в социальных сетях.

Создание этих информационных продуктов требует определенных знаний, умений и навыков, которым их должен обучать педагог медиакласса. Поэтому уже на начальных стадиях реализации проекта «Медиакласс в московской школе» обозначилась проблема подготовки педагога, который мог бы научить делать журналистский продукт.

Поэтому на следующем этапе исследования мы постарались выяснить, как эта задача разрешается в школах, в которых созданы медиаклассы. По результатам опроса выяснилось, что каждый из анализируемых нами медиаклассов с этой ситуацией, то есть с наличием такого педагога, справляется своими силами. В одних школах в медиаклассы пришли известные радиожурналисты, тележурналисты, блогеры, которые делятся своим опытом. Они рассказывают о прикладных аспектах медийного творчества. Но, не владея азами педагогического мастерства, они испытывают трудности в организации учебного процесса.

У педагогов, которые имеют изначально соответствующее профильное образования, другие трудности. Они могут выучить теорию журналистики и прочитать курс лекции, освоенный ими по учебникам, но научить писать заметку или создавать мультимедийный ресурс они уже не могут столь профессионально, как это делает журналист.

Проведенное нами анкетирование 25 преподавателей, которые работают в медиаклассах,

подтвердило, что это чрезвычайно сложная ситуация, которая требует своего разрешения. Прежде всего на основе собранных данных нами была предпринята попытка определить роль педагога в преподавания журналистики в медиаклассе по заявленным шести направлениям.

Исследования показало, что двадцать человек являются педагогами по основному образованию. Они срочно проходят обучение на факультетах и отделениях журналистики, что дает им право вести по этим предметам. Оставшиеся из числа опрошенных пять человек – это журналисты, которые пришли в школу на работу именно в медиаклассы. Им очень не хватает педагогических знаний, которые они пытаются получить в системе повышения квалификации педагогических кадров.

По результатам анкетирования выяснилось, что 80% считают необходимым для педагога, работающего в медиаклассе, максимальное сочетание двух компетенций: педагогической и журналистской. Однако 60% человек уверены в том, что такой педагог должен иметь только педагогическую компетенцию.

Но даже это достаточное большинство, отстаивающее прерогативу педагогики, признает необходимость журналистских знаний у тех педагогов, которые работают в медиаклассах. Как следует из ответов респондентов, педагог, обладающий опытом работы в журналистике, позволяет ему максимально погрузить учащихся в медиасреду. Он учит их не только использовать различные журналистские жанры при подготовке текстов, но и помогает школьникам разбираться с недостоверной информацией. Более того, под руководством такого педагога школьники овладевают умением создавать контент для различных каналов передачи информации в социуме.

Обобщая полученные данные, следует отметить, что наличие такой среды и ее динамическое развитие определяют ряд действий педагога. Особое место в процессе создания коммуникативной среды в школьном социуме, по мнению респондентов, отводится современным технологиям в работе.

Многие педагоги считают, что повышение своей технологической грамотности является одной из серьезных задач, которая стоит перед каждым, кто выбрал для себя работу в медиаклассе. Так, П.Т. пишет: «Мы должны осознавать, что в повседневную жизнь постоянно входят новые цифровые технологии – это необратимый процесс и естественные следствия, которого должно являться и изменение содержания методов обучения. Поэтому в современных условиях необходимо вести активный поиск новых методов трансляции эмпирического и теоретического знания, в основе которых лежат системные представления о функционировании цифровой информации в современном обществе».

С этим трудно не согласиться. Эту тему продолжает С.Т. в другой анкете, который считает, что «зачастую школьник воспринимает преподавателя как ограничение его творческой свободы». Он полагает, что в сегодняшних условиях педагогу нужны дополнительные знания по журналистике, более того, по его мнению, «понимания механизмов формирования своеобразного цифрового мышления у подрастающего поколения, использования его положительные стороны в образовательном процессе, понимать ценностно-смысловые ориентиры и приоритеты “цифрового” поколения».

Это особенно важно в работе педагога, обучающего школьников журналистике, которая сама быстро изменяется и все активнее осваивает сетевое пространство. Как видим, в своем большинстве респонденты говорят о том, что деятельность педагога предлагает принципиально новый набор компетенций. При этом даже традиционные понятия «педагоги» и «журналистика» требуют переосмысления с учетом специфики подрастающего поколения, родившегося в компьютерную эру.

Поэтому на первые позиции в их деятельности выходит журналистика. Автор одной из анкет уверен, что сегодня назрела необходимость говорить и о месте журналистики в современном медиапространстве школы, и о специфике преподавания журналистики школьникам, и о личности самого преподавателя как носителя новых компетенций, реализуемых им в профессиональной преподавательской деятельности. Ведь сегодня педагог формирует в школьном пространстве новую цифровую педагогику, где он сейчас экспериментирует и ищет, осваивает новые работающие модели.

Однако, как показало наше исследование, в тех школах, где на первые позиции в работе педагога в медиаклассах выходит журналистская составляющая, провисает педагогическая составляющая. Там же, где педагог акцентирует внимание на педагогической составляющей, выходят скучные газеты и телепередачи. В результате школьники теряют интерес к журналистике как возможной их профессии. Очевидно, нужна сбалансированность подходов, которую и обеспечивает профессионально подготовленный педагог.

Именно в таком случае он будет способен создать в образовательном учреждении соответствующую информационно-образовательную среду, решающую основную его задачу – подготовку школьника, владеющего навыками потребления и создания информационного продукта. Как видим, сбалансированный подход достаточно многомерен. Но будет действенным только в том случае, если педагог возьмет на себя роль его организатора. Наличие определенных компетенций позволит ему сделать его оптимально востребованным всем школьным сообществом.

ВЫВОДЫ

- В процессе исследования выявлены сильные и слабые тематические стороны специализации педагога, сочетающего в своем виде деятельности знания, умения и навыки как учителя, так и журналиста;
- на основе эмпирического материала доказано, что сегодня в деятельности педагога наметились две тенденции: педагогическая и журналистская;
- определены условия успешного взаимодействия данных компетенций в деятельности педагога;
- сформулированы основные параметры модели деятельности педагога, позволяющей использовать возможности журналистики и педагогики;
- в условиях развития цифровых технологий обозначены новые компетенции педагога, которые востребованы изменяющейся журналисткой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, сегодня очевиден дисбаланс между педагогикой и журналистикой, из которых складывается деятельность педагога. По этой же причине среди педагогов уже наблюдаются две явно выраженные модели деятельности с акцентом на педагогику или журналистику. Но очевидно, что необходим сбалансированный подход, обеспечивающий взаимодействие обеих сфер деятельности.

В педагогическом сообществе накоплен достаточный опыт в медиаобразовании, который как раз и строится на сочетании педагогического и журналистского подходов. В итоге по начальным результатам осуществления проекта предпрофессионального образования «Медиакласс в московской школе» можно говорить о формировании новой специальности «медиапедагог». Насколько она будет востребована, покажет время.

Литература

1. Авдулов А.Н., Кулькин А.М. Классификация информационных технологий // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. 2004. № 1 (35). С. 36–45.

2. Виды информационных технологий [Электронный ресурс]. URL: www.prepod2000.kulichki.net/item_282.html.

3. Демкин В.П., Можаева Г.В. Технологии дистанционного обучения. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2003. 106 с.

4. Жилавская И.В. О современной концепции медиаинформационной грамотности и медиаобразования [Электронный ресурс] // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3. URL: http://mic.org.ru/index.php/new/125-o-sovremennoj-kontseptsii-mediainformatsionnoj-gramotnosti-i-mediaobrazovaniya.

5. Кашкина М.Г. Медиакультура информационного общества в аспекте философского дискурса: дис. ... канд. филос. наук. Краснодар, 2012. 194 с.

6. Лозовский Б.Н. Журналистское воздействие на молодежь. Свердловск: Свердловская типография, 2001. 533 с.

7. Мусихина П. Не судьба! // Дворовый вестник. 2010. № 8. С. 7.

8. Новиков К.Ю. Психология детского радиовещания. М.: Компания спутник+, 2006. 240 с.

9. Попов И.И., Храмцов П.Б., Максимов Н.В. Введение в сетевые информационные ресурсы и технологии: учеб. пособие. М.: РПГУ, 2001, 207 с.

10. Технические устройства в современной школе. М.: Перспектива, 2000. 78 с.

11. Федоров А.В., Челышева И.В. Медиаобразование в России: краткая история развития. Таганрог: Познание, 2002. 266 с.

Литература

1. Avdulov A.N., Kul'kin A.M. Classification of information technologies. *Vestnik Rossiiskogo fonda fundamental'nykh issledovanii*, 2004, no. 1 (35), pp. 36–45 (in Russian).

2. Types of information technology. Available at: www.prepod2000.kulichki.net/item_282.html (in Russian).

3. Demkin V.P., Mozhaeva G.V. *Tekhnologii distantsionnogo obucheniya* [Distance Learning Technologies]. Tomsk, Tomsk University Publ., 2003, 106 p. (in Russian).

4. Zhilavskaya I.V. The modern Concept of Media-informational Literacy and Mediaeducation. Media. Informatsiya. Kommunikatsiya, 2012, no. 3. Available at: http://mic.org.ru/-index.php/new/125-o-sovremennoj-kontseptsii-mediainformatsionnoj-gramo¬tnosti-i-mediaobrazovaniya (in Russian).

5. Kashkina M.G. *Mediakul'tura informatsionnogo obshchestva v aspekte filosofskogo diskursa: dis. ... kand. filos. nauk* [Media Culture of the Information Society in the Aspect of Philosophical Discourse: Cand. Diss.]. Krasnodar, 2012, 194 p. (in Russian).

6. Lozovskii B.N. *Zhurnalistskoe vozdeistvie na molodezh'* [Journalistic impact on young people]. Sverdlovsk, 2001, 533 p. (in Russian).

7. Musikhina P. Not fate! *Dvorovyi vestnik*, 2010, no. 8, p. 7 (in Russian).

8. Novikov K.Yu. *Psikhologiya detskogo radioveshchaniya* [Psychology of children's radio broadcasting]. Moscow, Kompaniya sputnik+ Publ., 2006, 240 p. (in Russian).

9. Popov I.I., Khramtsov P.B., Maksimov N.V. *Vvedenie v setevye informatsionnye resursy i tekhnologii: uchebnoe posobie* [Introduction to Online Information Resources and Technologies: A Tutorial]. Moscow, 2001, 207 p. (in Russian).

10. Tekhnicheskie ustroistva v sovremennoi shkole [Technical devices in the modern school]. Moscow, Perspektiva Publ., 2000, 78 p. (in Russian).

11. Fedorov A.V., Chelysheva I.V. *Mediaobrazovanie v Rossii: kratkaya istoriya razvitiya* [Media Education in Russia: A Brief History of Development]. Taganrog, Poznanie Publ., 2002, 266 p.

Информация об авторе / Information about the author

Рощина Екатерина Игоревна
преподаватель факультета журналистики,
Московский международный университет
(*125040, Москва, Ленинградский просп., д. 17*)
rei04071998@gmail.com

Ekaterina I. Roshchina
Instructor at the Faculty of Journalism,
Moscow International University
(17 *Leningradskii avenue, Moscow, 125040 Russia*)
rei04071998@gmail.com

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

Исследования / Researches

УДК 373.1 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_44

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ШКОЛЕ: СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ

Е.И. Кологорцева
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4467-9145

Школа № 2053, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ
Цель данной статьи *– показать, что социальные сети являются широко используемым инструментом образования школьников и повышения квалификации педагогов в современной общеобразовательной школе.*
Материалы и методы. *Исследование базируется на следующих блоках научной литературы: работы, исследующие Интернет как новую технологию, способствующую созданию информационно-коммуникативно-образовательной среды в школе; рассматривающие роль социальных сетей в социализации и образовании молодежи; определяющие их виды и возможную классификацию. Использовались методы: системный; эмпирический, метод сбора информации, соответствующий задачам исследования. Также было проведено анкетирование среди учащихся и учителей разной возрастной категории.*
Результаты исследования. *По итогам исследования определена роль социальных сетей в создании информационно-коммуникативной среды в образовательном учреждении. Доказано, что они являются широко используемым инструментом образования школьников и повышения квалификации педагогов в современной школе. С появлением специализированных предметно-тематических направлений в ней и созданием естественно-научных, технических, медицинских, гуманитарных классов потребность в обращении к социальным сетям увеличилась, так как обучение в них потребовало более углубленных знаний по конкретным предметам. Появление в этом ряду медиаклассов изменило структуру традиционной школьной журналистики и сделало ее сетевой журналистикой. Это поставило в повестку дня овладение новыми компетенциями всех педагогов, работающих в школе, в первую очередь педагогов медиаклассов.*
Выводы. *Изменился вектор взаимоотношений школы и социальных сетей. Школа не только стала активным их пользователем, но и сама обозначила свое присутствие в виртуальном пространстве.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА
Социальные сети, информационно-коммуникативно-образовательная среда в школе, профильные классы, медиакласс, компетенции учителя.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ
Кологорцева Е.И. Социальные сети в школе: современные реалии // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 44–51. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_44.

SOCIAL NETWORKS AT SCHOOL: MODERN REALITY

Ekaterina I. Kologortseva
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4467-9145

School no. 2053, Moscow, Russia

ABSTRACT
*The **object** of the research paper below is to prove that social networks are a widely implemented tool of school education and enhancing teachers' efficiency in contemporary comprehensive school.*
Materials and methods. *The research is based on the following blocs of scientific literature: papers studying the Internet as a new technology contributing to the creation of information-communication-educational environment at school; papers investigating the role of social networks in socializing and educating the youth; and the papers determining the types and possible classification of these networks. The following methods have been applied: systematic, empirical, and the method of gathering information corresponding to the research object and goals. A few polls among students and teachers of various age groups have also been conducted.*
Research findings. *On the basis of the research conducted the role of social networks in creating information-communication environment in an educational institution has been defined. It has been proved that social networks are a widely implemented tool of educating students and improving the teachers' qualification in a modern school. With the advent of specialized subject-thematic trends at schools and the formation*

of natural science, technical, medical, and humanitarian classes the demand for using social networks has increased as studying at such classes requires a more profound knowledge of particular subjects. The emergence of media classes among these new types has changed the structure of conventional school journalism and turned it into network journalism. This fact has enhanced the agenda by the necessity of mastering new competences by all the teachers who work at school including those who teach at media classes as these classes ought to be more extended.
Conclusions. *The vector of mutual relationship between school and social networks has changed. School has not only become a confident active user, but has itself marked its presence in virtual space.*

KEYWORDS
Social networks, information-communication-educational environment at school, profile classes, media class, teacher's competences.

FOR CITATIONS
Kologortseva E.I. Social Networks at School: Modern Reality. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 44–51. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_44 (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

Социальные сети как особая разновидность интернет-технологий имеют широкую область применения. В последние годы они активно стали использоваться в средней общеобразовательной школе. Это вполне закономерно, так как определяется самой природой сети. Один из известных российских исследователей этой технологии А.Е. Войскунский пишет: «Главное в Интернете – люди, миллионы и даже миллиарды пользователей, объединенные в сетевые структуры. При работе в Интернете наряду с индивидуальными возникают общие или хотя бы частично общие интересы, ценности и цели; по большей части образуются определенные группы, появляется возможность вступать в имеющиеся сообщества и покидать их, несмотря на немалую удаленность друг от друга, пользователи активно взаимодействуют между собой» [6. С. 13].

Эти уникальные возможности сети современная общеобразовательная школа, отвечая вызовам времени, не может не использовать в своей работе. Ученики и большая молодежная часть педагогических коллективов родились и выросли в эпоху Интернета. Это часть из жизни, которая органически объединяется с другой частью – со школьной жизнью.

Поэтому **цель данной статьи** – показать, что социальные сети являются широко используемым инструментом образования школьников и повышения квалификации педагогов в современной общеобразовательной школе.

Объект исследования – социальные сети как информационно-коммуникативно-образовательная среда.

Предмет исследования – современные реалии использования социальных сетей в школе.

Для достижения поставленной цели нами были определены следующие задачи:

- теоретически обосновать основные положения статьи, ввести основные понятия, используемые в тексте;
- показать востребованность социальных сетей школьниками и учителями;
- определить тенденции развития социальных сетей как инструмента образования школьников;
- показать, какую роль сыграло появление специализированных предметно-тематических направлений в школе и создание естественно-научных, технических, медицинских, гуманитарных классов;
- определить место в этом ряду журналистских классов или медиаклассов, которые изменили структуру традиционной школьной журналистики и сделали ее сетевой журналистикой;
- обосновать необходимость овладения новыми компетенциями практически всех педагогов, работающих в школе, в том числе и педагогов медиаклассов, чьи компетенции должны быть более обширны.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Данное исследование базируется на нескольких блоках научной литературы, с помощью которой стало возможным решить поставленные в нем задачи. Прежде всего это работы, посвященные Интернету как новой технологии, создавшей информационно-коммуникативно-образовательную среду в школе. О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин, Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский,

О.В. Смыслова в своих исследованиях рассматривают разные аспекты использования Интернета, во многом изменившего жизнь современного общества [2, 3, 6].

В большей степени это касается школьников и молодежи, так как интернет-коммуникации внесли и продолжают вносить качественные изменения в процесс образования молодых поколений. По сути, они становятся ключевыми участниками этого процесса. Об этом пишут Е. Баткаева в статье «Роль социальных сетей в социализации молодежи» [4], В.Д. Винник в статье «Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу» [5]; О.А. Гуркина и Е.М. Новикова в статье «Чем так привлекательны социальные сети для подростков?» [8].

В работе «Социальные сети в России: исследование Mail.Ru Group» представлены результаты проведенного анализа состояния общества [9]. В ней с помощью цифр показано, что использование социальных сетей создает для подростков и молодежи возможности развития тех качеств, способностей и компетенций, которые наиболее востребованы современным более технологически оснащенным обществом.

Но эти же цифры говорят и о том, что современная семья и образовательные институты как формальные агенты социализации не вполне еще готовы к интенсивной реализации запросов молодого поколения. В данных аспектах интерактивное общение в социальных сетях зачастую оказывается способным компенсировать инертность формальных институтов социализации.

Речь идет об общеобразовательной средней школе, содержательная направленность ее активности как традиционного института социализации, как правило, соответствует целям и ценностям российской культуры и подконтрольна обществу. Другое дело – социальные сети, направленность и характер влияния которых могут быто неоднозначными по содержанию и последствиям, а иногда и просто враждебными.

По мнению О.А. Чебуниной, «события последних лет показали, что влияние виртуального сетевого общения на молодежь и подростков способно приводить к негативным и даже трагическим последствиям вплоть до пропаганды суицида и социально-деструктивных форм поведения, при этом общество оказалось неспособным к современному и адекватному реагированию на такие вызовы» [10. С. 3–4].

В числе причин автор считает, что «эта неготовность связана с отсутствием необходимой изученности этих новых для российского общества явлений, нехваткой теоретических представлений и практических методик и методов, адекватных сложности ситуации» [10. С. 4]. К этому следует добавить и технологическое оснащение школ, которое в последние годы стало существенно другим по сравнению с недавним прошлым.

Безусловно, не везде оно соответствует современным стандартам. Но именно технологическая оснащенность школ позволила им начать более активно работать с социальными сетями. Педагогические коллективы увидели для себя новые возможности в совершенствовании образовательного процесса и главное – в определенной степени сделать подконтрольным процесс вовлеченности школьников в виртуальное пространство.

Поэтому в рамках данной статьи стало необходимым ввести понятие «социальные медиа», определить их виды, возможную классификацию и первоочередное значение. Эти аспекты рассматривают в своих работах А.Н. Авдулов, А.М. Кулькин [1] и другие.

Исследование основывается на следующих научных методах: системном (накопление и систематизация информации об опыте работы школы с социальными сетями), эмпирическом (выяснение вовлеченности школьников в социальные сети), методе сбора информации по заданным задачам исследования. Для получения объективной картины по выявлению наиболее популярных социальных сетей и целям их использования было проведено анкетирование среди учащихся и учителей разной возрастной категории.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На основе собранных данных стало возможным определить роль социальных сетей в создании информационно-коммуникативной среды в образовательном учреждении. При этом американский исследователь Б. Солис под социальными

сетями (медиа) понимает способ, с помощью которого люди могут находить, читать и комментировать информацию и ее содержание. Под социальными сетями также понимаются все интернет-площадки, которые позволяют пользователям с помощью онлайн-технологий поддерживать коммуникацию друг с другом и создавать пользовательский контент [1].

Рассмотрим социальные сети, которые использует педагог в своей работе:

- поисковые системы (Google);
- социальные медиахранилища (YouTube);
- социальные сети (Facebook, Instagram, Twitter, Вконтакте).

Если обратиться к истории, то социальные сети начали развиваться в 70-е годы прошлого столетия в США с электронных досок объявлений и сайтов знакомств. В последующем они продолжают развиваться и совершенствоваться. Сегодня социальные сети (медиа) – технология коммуникации, инструмент продвижения имиджа и бренда образовательного заведения.

Для преподавателей и школьников – это прежде всего новый инструмент обучения и самообразования. Таким образом, по нашему мнению, социальные сети (медиа) – это любые онлайн-ресурсы, созданные в целях коммуникации пользователей в сети Интернет. В современных условиях увеличение роли социальных сетей (медиа) в жизни общества является общемировым трендом. Например, в США и Евросоюзе социальная сеть – самый распространённый и широко используемый инструмент в образовании, в числе которых Classroom 2.0, The 21st Century Teacher, WhoTeaches, Blackboard, Learn Central, Edutopia и т.д. Цель этих платформ видится в улучшении диалога между преподавателем и учеником.

Самой популярной образовательной социальной сетью в России является Дневник.ру, пользователями которой стали 710 972 преподавателя, 6 118 712 учащихся и 3 146 088 родителей. По сведениям Blog Analytics, в социальной сети ВКонтакте в мае 2017 года зафиксировано 25 722 тысячи авторов и более 310 795 тысяч сообщений. В Instagram насчитывает 7143 тысяч активных авторов. В Twitter – за месяц было опубликовано 78 372 тысяч твитов от 1171 тысячи авторов. В Facebook – 1953 тысяч авторов и 53 413 тысяч публичных сообщений.

ВКонтакте – самые молодые авторы. Возрастная группа – до 18 лет получила 17,9%, что составило третье место по численности. Сведения о несовершеннолетней аудитории в других социальных медиа в анализе не приводятся. Однако данное обстоятельство не является подтверждением отсутствия лиц до 18 лет и в других социальных медиа. Более того, исследователи предполагают, что школьники являются достаточно активными пользователями Instagram и Facebook. Кроме того, согласно исследованию, Youtube стал первоочередным источником информации для школьников. Тем не менее создание и развитие образовательных социальных сетей (медиа) в России по сравнению с европейскими странами находятся еще на начальном уровне.

Рассмотрим влияния социальных сетей (медиа) на образовательный процесс школьников указанных онлайн-платформ. Сейчас учителя и ученики в социальных сетях (медиа) объединяются в группы по интересам. Они размещают соответствующие видеоролики, статьи, книги и учебную литературу в форматах для скачивания, создают «обсуждения», проводят опросы. Например, «ВКонтакте» в результате запроса от 3 мая 2020 года, критерием которого было слово «ЕГЭ» в разделе «Сообщества», было найдено 11 881 сообщество. Среди них такие группы как: «ЕГЭ. Итоговое сочинение» (498 087 участников), «ЕГЭ» (204700 участников), «ЕГЭ. ОГЭ» (168 275 участников) и т.д.

В рамках выявления наиболее популярного вида социальных сетей (медиа), а также определения цели их использования школьниками нами был проведен опрос. Целевая аудитория: учащиеся 10-11 класса и учителя (возраст: от 25 до 40 лет). Опрос проводился в ГБОУ «Школа № 2053». В общей сложности опрошено 60 учеников и 20 педагогов.

Были получены следующие результаты: 42% опрошенных учеников и 30% педагогов посвящают работе с гаджетами свыше 4 часов в сутки. Самыми используемыми видами социальных сети (медиа) среди школьников являются мессенджеры (42%), «Вконтакте» (20%) и «Telegram»

(30%). Учителя наиболее активно используют мессенджеры (24%), «Одноклассники» (20 %), «Telegram» (35 %).

Делаем вывод, что чаще всего ученики и учителя используют социальные сети (медиа) для общения. Обучение занимает у обеих категорий опрошенных лишь второе место. Кроме того, процент использования социальных сетей (медиа) в целях развлечения у учеников выше, чем у педагогов (37% против 5% соответственно).

Тем не менее этот информационные ресурс сегодня можно рассматривать как инструмент образования школьников и повышения квалификации педагогов. Это проявляется в том, что социальные сети:

- обеспечивают достаточно высокую вовлеченность школьников в социальные сети (медиа), чем какие-либо иные информационные ресурсы;
- предоставляют педагогам возможность создавать группы и сообщества для каждого журналистского класса, где можно обсуждать пройденный материал, вести дискуссии с одноклассниками, учителями;
- позволяют педагогам в доступной и бесплатной форме обмениваться между собой видео-, аудиоматериалами, презентациями и кино-, телефрагментами, используя школьные технические возможности – платформы социальных сетей (медиа);
- предоставляют ученикам возможность повторного изучения и сохранения материала и др.

Следует также обратить внимание еще на один не менее важный фактор. Школьники обращаются к социальным сетям под руководством педагога, тем самым они приобретают навыки работы в сети, овладевают культурой поведения в ней. Если учесть, что для подростков и молодежи этот информационный ресурс стал инструментом самовыражения, то подготовленный для присутствия в виртуальном пространстве, он получает в большей степени возможность реализовать себя, раскрыть свой творческий потенциал.

Безусловно, это касается педагогов, многие из которых ведут свои блоги, участвуют в жизни профессиональных сообществ, существующих в сети. Используют они специальные платформы для подготовки к урокам, включают обращение к ним и в сам процесс обучения. Учитывая это, подчеркнем, что социальные сети (медиа) стали неотъемлемой частью школьной жизни.

Однозначно, что основной вид деятельности для школьника на протяжении всех лет его пребывания в общеобразовательном учреждении – обучение. Для учителя – это педагогическая деятельность, то есть необходимость организовать этот процесс в соответствии с запросами школьника и вызовами времени. Социальные сети с каждым годом оказывают все большую незаменимую помощь в учебном процессе как школьнику, так и учителю.

Показатели запросов только в одной социальной сети «ВКонтакте» показывают, что они имеют предметную направленность, то есть напрямую связаны с учебным планом и предметами, которые преподают в общеобразовательной школе. Значение иных запросов обусловлены этой особенностью образовательного процесса, включающего в себя следующие разделы (таблица).

Показатели запросов в социальной сети «ВКонтакте»

Query indicators in the VKontakte social network

Критерий запроса	Количество сообществ
Учитель	10 882
История	42 009
Обществознание	2 682
Русский язык	4 453
Математика	9 534
Физика	6 385

Особенно это стало ярко выражено, когда появились специализированные направления в школе и стали создаваться профильные естественно-научные, технические, медицинские, гуманитарные классы. Потребность в обращении к социальным сетям многократно усилилась, так как обучение в них потребовало более углубленных знаний по конкретным предметам. Поэтому в большей степени социальные сети стали нужны как глобальный коммуникативный канал, как источник дополнительной научной литературы, как площадка общения с единомышленниками по научным интересам и др.

Как видим, школа во всем своем многообразии является активным пользователем социальных сетей. Но в последние годы ситуация стала меняться. Школа сама пришла в социальные сети. Этому она во многом обязана появлением в ней журналистских классов или медиаклассов, которые являются одним из нововведений последних лет.

Их появление привело к изменению традиционных средств массовой информации, которые, как правило, издавались в школе. Привычные школьная газета, радио, телевидение перешли в онлайн-формат. Это стало возможно на базе новых технологий, которые раздвинули границы школы и вывели школьные СМИ в сетевое пространство.

Но присутствие школьных СМИ в сетевом пространстве на социальных и образовательных площадках заставило педагогов и школьников более серьезно отнестись к обучению в медиаклассах. От педагогов требовались новые программы и умения создавать современные информационные продукты.

Однако проведенное анкетирование педагогов показало, что в журналистском классе только 35% преподавателей создают вместе со школьниками мультимедийные продукты и размещают их в сети; 48% учителей работают в парадигме традиционных журналистских жанров; 17% преподавателей не определились с выбором формата подачи информации, так как сами не обладают навыками работы в социальных сетях и полагаются на умения самих школьников.

Поэтому выход школы в сетевое пространство обозначил задачу подготовки педагогов для медиаклассов или приглашения для работы в них опытных журналистов, которые готовы прийти в школу. Сейчас этот процесс обозначился, и многие медиаклассы становятся информационными центрами в школе, создающими в ней определенную творческую атмосферу.

Ощущается это на отношении к обучению в медиаклассах и самих школьников. Когда их деятельность по подготовке информационного продукта, будь то короткая заметка или мультимедийный лонгрид, выходит за пределы школы и оценивается широкой пользовательской аудиторией, их отношение к своей работе изменяется в корне.

Отвечая на вопрос анкеты «Что изменил выход школы в сетевое пространство?», школьники отмечали, что «его будут оценивать не только одноклассники, родители или учителя, но и люди, которых не знаем и никогда не видели» (М.И., 8 класс); «это очень ответственно» С.К., 9 класс); «хочу много лайков» (И.Т., 9 класс).

Эти ответы говорят о том, что у учащихся появляется осознание того, что их творчество будут оценивать незнакомые читатели. Это дает учителю огромное подспорье в формировании регулятивных и познавательных универсальных учебных действий при организации обучения в медиаклассе. Но также открытость и доступность информации развивают навыки самоконтроля и рефлексии у тех, кто выбрал обучение в нем с прицелом на свою будущую профессию. Об этом достаточно точно в своей анкете пишет М.Б. (11 класс): «Я учусь делать свой уникальный продукт. Но насколько он уникален, будет выражаться в количестве просмотров, лайков и обратной связи, которую предоставит сеть».

Как видим, активная работа в социальных сетях формирует у учащихся чувство ответственности. Они примеряют на себе новые социальные роли – это уже медийные личности, чье мнение будет интересно общественности. Тем самым закладываются основы журналистской профессии, осознанным делается ее выбор, определяется мотивация.

Таким образом, социальные сети являются общепризнанным компонентом школьной жизни. К ним обращаются в процессе выполнения школьной программы. Более активно их используют в деятельности медиаклассов. Причем изменился вектор взаимоотношений школы и социальных сетей. Она стала не только активным их пользователем, но и сама обозначила свое присутствие в виртуальном пространстве.

Все это поставило в повестку дня овладение новыми компетенциями практически всех педагогов, работающих в школе. Безусловно, у педагога медиакласса они должны быть более обширны. Проведенные опросы в ряде школ показали, что коллеги это хорошо понимают. Это подтверждают их ответы, полученные на задаваемые им вопросы. Приведем в качестве примера некоторые из них.

Так, преподаватель математики (45 лет) пишет: «Педагогу нужно постоянно помнить, что в повседневную жизнь входят новые цифровые технологии – это необратимый процесс, естественным следствием которого должно являться и изменение содержания методов обучения. Поэтому в современных условиях необходимо вести активный поиск новых методов трансляции эмпирического и теоретического знания, в основе которых лежат системные представления о функционировании информации в современном обществе».

Преподаватель географии (34 года) считает: «В сегодняшних условиях педагог должен понимать механизмы формирования своеобразного фрагментарного мышления у подрастающего поколения, использовать его положительные стороны в образовательном процессе, понимать ценностно-смысловые ориентиры и приоритеты “цифрового” поколения».

Преподаватель обществознания (54 года) утверждает: «Активное развитие мессенджеров и социальных сетей в современном обществе способствует изменению традиционных сфер коммуникаций. Хотелось бы отметить, что социальные сети в образовательной организации вносят изменения в технологию организации обучения и изменяют тип взаимодействия между педагогами, родителями, обучающимися и управленческой командой школы в целом».

Преподаватель медиакласса (24 года) пишет: «В новых реалиях повышается роль педагога, он, формирует принципиально новую коммуникативную среду. Учитель должен позволить ученикам самим выбрать темы и участвовать в жизни школьного издания. Только тогда у них появится интерес к журналистской работе и созданию коммуникативной среды в социуме. Педагог должен не бояться предлагать и сам использовать современные технологии в работе. Школьники гораздо охотнее взаимодействуют с Интернетом. Таким образом, предлагаемая педагогом многомерная образовательная модель позволит обучающимся приобретать новый опыт социального взаимодействия».

ВЫВОДЫ

- По итогам проведенного исследования удалось доказать, что социальные сети являются широко используемым инструментом образования школьников и повышения квалификации педагогов в современной общеобразовательной школе;
- с появлением специализированных предметно-тематических направлений в школе и созданием профильных естественно-научных, технических, медицинских, гуманитарных классов потребность в обращении к социальным сетям увеличилась, так как обучение в них потребовало более углубленных знаний по конкретным предметам;
- появление в этом ряду журналистских классов или медиаклассов изменило структуру традиционной школьной журналистики и сделало ее сетевой журналистикой;
- все это поставило в повестку дня овладение новыми компетенциями практически всех педагогов, работающих в школе. Безусловно, у педагога медиакласса они должны быть более обширны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, предпринятое нами в рамках данной статьи исследование показало, что присутствие в социальных сетях образовательных учреждений будет возрастать с каждым годом. Более того, изменился вектор взаимоотношений школы и социальных сетей. Школа стала не только активным их пользователем, но и сама обозначила свое присутствие в виртуальном пространстве.

Безусловно, выход школы в открытое сетевое пространство – явление явно неоднозначное. Но это уже реальность сегодняшнего дня – социальные сети в школе.

Литература

1. Авдулов А.Н., Кулькин А.М. Классификация информационных технологий // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. 2004. № 1(35) С. 36–45.

2. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Психологическое исследование мотивации пользователей Интернета // Тезисы 2-й Рос. конф. по экологической психологии

(Москва, Моск. ун-т, 12-14 апреля 2000 г.). М.: Экопсицентр РОСС, 2000. С. 245–246.

3. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смыслова О.В. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 11–39.

4. Баткаева Е. Роль социальных сетей в социализации молодежи [Электронный ресурс]. URL: http://pareto-center.ru/smi-59.html.

5. Винник В.Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. 2012. № 4(55). С. 110–126.

6. Войскунский А.Е. Психология и Интернет. М.: Акрополь, 2010. 439 с.

7. ВКонтакте. Популярная российская социальная сеть [Электронный ресурс]. URL: http://lenta.ru/lib/14204723.

8. Гуркина О.А., Новикова Е.М. Чем так привлекательны социальные сети для подростков? [Электронный ресурс]. URL: http://xn--c1arkau.xn--p1ai/projectpages/index/202

9. Социальные сети в России: исследование Mail.Ru Group [Электронный ресурс]. URL: https://corp.mail.ru/media/files/issledovanie-auditorij-sotcialnykh-setej.pdf.

10. Чебунина О.А. Социальные интернет-сети в процессе социализации современной российской молодежи: специфика влияния и социализационные риски: автореф. дис. … канд. соц. наук. Ростов н/Д., 2019. 34 с.

References

1. Avdulov A.N., Kul'kin A.M. Classification of information technologies. *Vestnik Rossiiskogo fonda fundamental'nykh issledovanii*, 2004, no. 1 (35), pp. 36–45 (in Russian).

2. Arestova O.N., Babanin L.N., Voiskunskii A.E. *Psikhologicheskoe issledovanie motivatsii pol'zovatelei Interneta* [Psychological study of motivation of Internet users]. In: *Tezisy 2-i Ros. konf. po ekologicheskoi psikho-logii (Moskva, Mosk. un-t, 12-14 aprelya 2000 g.)* [Abstracts of the 2nd Russian Conference in Environmental Psychology]. Moscow, Ekopsitsentr ROSS Publ., 2000, pp. 245–246 (in Russian).

3. Babaeva Yu.D., Voiskunskii A.E., Smyslova O.V. *Internet: vozdeistvie na lichnost'* [The Internet: Impact on Personality]. In: Voiskunskii A.E., ed. *Gumanitarnye issledovaniya v Internete* [Humanities Studies on the Internet]. Moscow, Mozhaisk-Terra Publ., 2000, pp. 11–39 (in Russian).

4. Batkaeva E. The role of social networks in the socialization of young people. Available at: http://pareto-center.ru/smi-59.html.

5. Vinnik V.D. Social Networks as a Phenomenon of Society Organization: Their Nature and Approaches to their use and Monitoring . *Filosofiya nauki*, 2012, no. 4(55), pp. 110–126 (in Russian).

6. Voiskunskii A.E. Psikhologiya i Internet [Psychology and the Internet]. Moscow, Akropol' Publ., 2010, 439 p. (in Russian).

7. VKontakte. Popular Russian social network. Available at: http://lenta.ru/lib/14204723 (in Russian).

8. Gurkina O.A., Novikova E.M. Why are social networks so attractive to teenagers?. Available at: http://xn--c1arkau.xn--p1ai/projectpages/index/202 (in Russian).

9. Social Networks in Russia: A Study by Mail.Ru Group. Available at: https://corp.mail.ru/media/files/issledovanie-auditorij-sotcialnykh-setej.pdf (in Russian).

10. Chebunina O.A. *Sotsial'nye internet-seti v protsesse sotsializatsii sovremennoi rossiiskoi molodezhi: spe-tsifika vliyaniya i sotsializatsionnye riski: avtoref. dis. … kand. sots. nauk* [Social Internet networks in the process of socialization of modern Russian youth: the specifics of influence and socialization risks: Abstract of Cand. Diss.]. Rostov on the Don, 2019, 34 p. (in Russian).

Информация об авторе / Information about the author

Кологорцева Екатерина Игоревна
Специалист по интернет-маркетингу,
Школа № 2053
(*111674, Москва Покровская ул., д. 35*)
rei04071998@gmail.com

Ekaterina I. Kologortseva
Internet marketing specialist,
Shkola No 2053
(*35 Pokrovskaya St., Moscow, 111674 Russia*)
rei04071998@gmail.com

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

УДК 371 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_52

ШКОЛЬНАЯ ГАЗЕТА В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

А.Е. Лукичёв

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5558-7812

Школа № 2053, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Цель статьи *– определить место школьной газеты в системе средств массовой информации средней общеобразовательной школы с учетом технологических изменений последних лет.*

Методология и методы. *Исследование базируется на ряде публикаций, посвященных определению типа изданий, в том числе и школьной газеты, в изменяющихся технологических условиях. Особое внимание уделено изданиям непосредственно по типологии детской и подростковой, то есть школьной, журналистики. Это позволяет определить, что школьная газета в печатном и электронном видах обладает общими для этой группы признаками. Она ориентирована на детскую и юношескую аудиторию и создается юными журналистами при участии взрослых.*

Результаты исследования *базируются на основе анализа пятидесяти газет ряда школ Москвы, которые издаются в них и являются базой для подготовки юных журналистов. Использовалась также рабочая документация детско-подростковых СМИ с 2005 по 2021 год. Выборка журналистских текстов проводилась на основе стандартов, принятых для качественных исследований. Было проанализировано свыше 100 текстов, подготовленных юными журналистами и опубликованных в школьной газете.*

Выводы. *Доказано, что школьная газета является самостоятельным типом издания в системе средств массовой информации образовательного учреждения в новых технологических условиях; в разных вариантах она реализует организационную, функциональную и компонентные модели, что позволяет выпускать достаточно профессиональное издание; компонентная модель является базовой, так как с ее помощью реализуется ключевая специфика школьной газеты – участие детей во взаимодействии со взрослыми в процессе ее создания и налаживания межпоколенческого диалога между ними.*

Ключевые слова

Школьная газета, система средств массовой информации средней общеобразовательной школы, типологические модели, организационная, функциональная, компонентная модели.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Лукичёв А.Е. Школьная газета в системе средств массовой информации образовательного учреждения // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 52–60. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_52.

SCHOOL NEWSPAPER IN THE SYSTEM OF MASS MEDIA OF AN EDUCATIONAL INSTITUTION

Aleksandr E. Loukitchov

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5558-7812

School no. 2053, Moscow, Russia

ABSTRACT

The ***object*** *of the research paper below is to determine the place of a school newspaper in the system of mass media of a comprehensive secondary school taking into account technological advances of recent years.*

Methodology and methods. *The research is based on a number of writings devoted to defining types of periodicals including a school newspaper in changing technological conditions. A special emphasis is made on papers on the typology of children and adolescent, i.e., school journalism. It enables stating that a school newspaper, both in electronic and print version, possesses certain features in common with this group of periodicals. It appeals to children and teenage audience and is created by young journalists with the help of grown-ups.*

Research findings *are founded on the analysis of 55 newspapers of a number of Moscow schools. The newspapers are published at these schools and form the basis of pre-university preparation for young journalists. Working documents of children and adolescent mass media between 2005 and 2021 have also been implemented. Journalistic texts sampling has been conducted on the basis of the standards approved for high-quality research. Over a hundred texts created by young journalists and published in school newspapers have been analyzed.*

Conclusions*. It has been proved that a school newspaper is an independent type of periodical in the system of mass media of an educational institution in new technological conditions. In various forms a school newspaper realizes organizational, functional, and component models, which makes it possible to publish quite a professional periodical. The component model forms the basis as by means of it the key specificity of a school newspaper is realized –*

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

involvement of children in the process of creating a newspaper and interacting with grown-ups, thus bridging the generation gap and promoting an intergenerational dialogue.

KEYWORDS
School newspaper, system of mass media of a comprehensive secondary school, typological models, organizational, functional, and component models.

FOR CITATIONS
Loukitchov A.E. School Newspaper in the System of Mass Media of an Educational Institution. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 52–60. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_52 (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

Школьная газета – это перспективный сегмент системы средств массовой информации образовательного учреждения, способствующий изменению ситуации с выбором компетенций в профориентации школьника. Это одновременно и школа подготовки кадров, владеющих спецификой создания мультимедийных продуктов.

Очевидно, что новые технологии играют все более важную роль в развитии мультимедиа и существенно изменяют школьную журналистику. Сегодняшние дети, растущие в эпоху постоянно обновляющихся технологий, – это будущее поколение профессионалов, которое будет создавать журналистику завтрашнего дня. От того, какими они будут, зависит развитие журналистики в стране в ближайшей перспективе.

Поэтому цель данной статьи – определить место школьной газеты в системе средств массовой информации средней общеобразовательной школы с учетом технологических изменений последних лет. Таким образом, объектом исследования является система средств массовой информации образовательного учреждения, а предметом – школьная газета в новой технологической среде как тип издания.

Для достижения поставленной цели нами предполагается решение следующих задач:

- определить методологию и методы исследования школьной газеты и ее трансформации в новых технологических условиях;
- на основании типологического подхода теоретически обосновать, что школьная газета является самостоятельным типом издания в системе средств массовой информации образовательного учреждения в новых технологических условиях;
- проанализировать деятельность школьных газет на конкретных примерах школ города Москвы, определить их типологические модели функционирования как компонентов системы школьных средств массовой информации;
- описать на основании собранного эмпирического материала организационную модель школьных газет, их структуру и механизмы функционирования;
- выявить особенности компонентной модели как формы реализации школьной газеты в системе средств массовой информации средней общеобразовательной школы, ее базовую компонентную характеристику – участие детей во взаимодействии со взрослыми в школьных медиа.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Данное исследование в своей основе базируется на ряде публикаций, посвященных определению типа изданий, в том числе и школьной газеты, в изменяющихся технологических условиях. Прежде всего это классические труды по типологии как метода исследования А.И. Акопова [1], С.Г. Корконосенко [5], М.В. Шкондина [12] и других. При этом мы учитываем, что, как считает Е.Я. Дугин, «при построении типологии объектов исследования возникает проблема ее практической пригодности, информативности, определяемых целями, задачами и методами исследования. Обобщенно говоря, типология, не являясь собственно теорией, может быть рассмотрена как предпосылка для построения теории изучаемого предмета, процесса или явления» [3. С. 24].

Но тем не менее с помощью типологического подхода нами был определен тип школьной газеты в новых технологических условиях как образ группы изданий, располагающих общими для этой группы признаками. Безусловно, школьная газета даже в новом большей частью

электронном виде обладает общими для этой группы признаками. Она ориентирована на детскую и юношескую аудиторию и создается юными журналистами при участии взрослых.

Следует отметить, что в последние годы появились исследования непосредственно по типологии детской и подростковой, то есть школьной журналистики. Одной их первых по данной теме стала диссертационная работа Д.И. Косолаповой «Ювенильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности», которая была защищена в 2015 году [6]. В ней детские и подростковые СМИ обозначены на самостоятельный тип СМИ, соответствующий необходимым типологическим признакам при всей их специфике.

К их немногочисленному числу следует отнести еще несколько работ. Прежде всего это исследования С.Б. Цымбаленко «Влияние Интернета на российских подростков и юношество в контексте развития российского информационного пространства» [11] и Н.Е. Самсоновой «Педагогические условия творческого развития подростков в учреждении дополнительного образования (на примере студии журналистики)», в которой автором была предпринята попытка анализа организационной модели подростковой журналистики [10]. Эту же тему продолжает Н.Л. Кулакова в статьях «Медиаобъединение в самодеятельной школьной прессе» [7] и «Медиахолдинги как фактор оптимизации деятельности детских и подростковых ресурсов» [8], в которых опять-таки затрагиваются формы организации детского журналистского творчества. М.М. Лукина и С.Э. Некляев в статье «Издаем школьную газету» концентрируют внимание именно на процесс создания информационного продукта силами учащихся под руководством педагога [9].

Однако таких работ сегодня явно недостаточно. Это свидетельствует о том, что направление исследования типологических моделей школьной журналистики как компонента в системе СМИ еще не сформировалось. Поэтому мы посчитали целесообразным обратиться к работам, рассматривающим ту или иную типологическую модель изданий безотносительно школьной прессы в более широкой перспективе, касающейся всей системы отечественных СМИ в условиях развития новых технологий. Такой подход демонстрируют труды М.А. Бакулина [2], А.В. Колесниченко [4] и других.

Это позволило объединить локальный и общий взгляд на типологию школьного издания и увидеть в нем динамично развивающийся компонент детских и подростковых СМИ. Они обладают типичными типологическими характеристиками при всей их специфике, а главное – способствуют привлечению внимания к детскому творчеству. Более того, школьная газета во многом способствует налаживанию межпоколенческого диалога и созданию информационно-образовательной среды в школе. Свой воспитательный и образовательный потенциал она реализуют с помощью компонентой, функциональной и организационной моделей, которые имеют специфические черты их проявления.

Эмпирическую базу исследования составили 50 газет ряда школ Москвы, которые издаются в них и являются базой для подготовки юных журналистов. Также в исследовании мы обращались к рабочей документации детско-подростковых СМИ с 2005 по 2021 год. При выборке журналистских текстов мы исходили из стандартов, принятых для качественных исследований. Было проанализировано свыше 100 текстов, подготовленных юными журналистами и опубликованных в школьной газете.

Помимо этого проводился экспертный опрос, в котором участвовали педагоги, школьники и их родители, вовлеченные в той или иной степени в процесс подготовки выпусков школьной газеты. В общей совокупности опрошено более 150 респондентов (Москвы).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На основании типологического подхода правомерно утверждать, что школьная газета является самостоятельным типом издания в системе средств массовой информации образовательного учреждения в новых технологических условиях. При важности всех трех типологических моделей, на наш взгляд, ключевой для школьной газеты является содержательная модель. Это можно объяснить тем, что основным

продуктом школьной журналистики, как компонента системы СМИ образовательного учреждения, является журналистский текст вне зависимости от письменной, устной или визуальной формы его подачи.

Поэтому более детально рассмотрим, каким образом содержательная модель проявляется на практике в школьных газетах. Так, в каждом номере газеты имеет место разработка какой-либо общественно значимой или сугубо школьной темы – с различных точек зрения. Например, «Главная тема номера» в газете «Контакт», школа № 1259, заявлена в материалах различных жанров. Номера 2, 6–8 за 2001 год рубрика «Учитель тоже человек» полоса 4 «Я просто счастливый человек» – интервью с учителем. Тема номера – полоса 1 – «Как мы это сделали» о выпускниках школы; Рубрика «Муки творчества» – «Мелодия моей души, или Поэзия из спортзала»; Рубрика «Планета первaков» статья «Как мы снова пошли в первый класс». Публицистика – «Школа вчера и сегодня».

Как видим, эта тема в большей степени отражает школьную жизнь. Это характерно для большинства из пятидесяти проанализированных нами газет. Из числа тем, которые связаны с происходящим в школе, следует назвать следующие: «Как появились школьные парты?», «Наши педагоги», «Школа: вчера, сегодня, завтра») («Контакт!», номера 2 и 7, школы № 1259; «Глобус», номера 1–4 за 2019 год, школа № 1095; «Газета 1245», номер 1 за 2020 год, школа № 1245; «Планета 1253», номера 3, 5, 8 за 2017 и 2022 годы, школа № 1253).

Но тематика школьной газеты не ограничивается освещением событий внутри школьного коллектива. Они выходят за пределы школы, но связаны с ней непосредственно. Эта тематика свидетельствует о том, как школьники участвуют в жизни страны. К этим темам следует отнести следующие: «Этот День Победы», «В мире животных», «День России» («Вести21», номера 3, 5, 7 за 2022 год, школа № 21; «Классные новости», номера 4, 5, 7 за 2021 год, СОШ № 1; «Смеш», номера 5, 7, 10 за 2021 год, школа № 1239; «Отражение», номера 4, 7, 8 за 2021 год, школа № 547).

Анализ пятидесяти школьных газет показал, что они в большей степени востребованы аудиторией, если типологические модели взаимодействуют между собой. Прежде всего содержательная модель соотносится с композиционно-графической моделью современных школьных печатных изданий. Объясняется это тем, что сегодняшний школьник, выросший в мире гаджетов и компьютерных экранов, более восприимчив к визуальной подачи информации, то есть к «картинке».

На это указывали практически все участники опросов: педагоги, дети и их родители. Но педагоги, которые заняты непосредственно в процессе подготовки газетных номеров, отмечали, что особенности композиционно-графической модели во многом обусловлены уровнем материально-технической базы конкретного образовательного учреждения. «Чем современней техника, тем ярче получается номер, и он моментально расходится по рукам», – считает П.К. (медиапедагог, 54 года).

Однако есть и другие мнения. Некоторые респонденты утверждают, что «техника – это важно. Хороший принтер, конечно, нужен, чтобы распечатать нужное количество копий, то есть сделать тираж, но не стоит при этом забывать об уровне компетентности редактора и дизайнера-верстальщика» (К.А., медиапедагог, 35 лет). При этом в понятие компетентности участники опросов включают знание компьютерных программ и умение ими пользоваться.

Анализ газет показал, что это важный фактор, обеспечивающий востребованность газет школьной аудиторией. Особенности верстки школьных изданий зависят от того, насколько освоил дизайнер-верстальщик современные программы верстки. Все больше изданий верстается в программе In-Design. Однако можно встретить школьные газеты и журналы, в которых для верстки используется программа Page Maker. Верстка школьных изданий разнообразна, в ней присутствуют такие элементы, как выноски, «выворотки», «подложки» и другие.

Важным моментом, на который мы обратили внимание при изучении отобранных газет, их стремление соответствовать стандартам качественной прессы, то есть быть профессионально

сделанными. Так, абсолютное большинство школьных газет имеют анонсы наиболее интересных текстов, напечатанных в номере. Они выносятся на первую полосу вместе с фотографиями, иллюстрациями или без них. Их расположение на полосе различно: вверху, над заголовком, на свободном месте в середине полосы, в колонке справа или слева, внизу полосы (газета «Глобус», номера 1–4, школа № 1095; газета «Вертушка», школа № 17; газета «Планета 1253», школа № 1253; газета «СМЕШ», школа № 1239).

Если издание больше 8 полос, то, как правило, на второй полосе публикуется содержание номера. Иногда тема номера и заголовки материалов даны сплошной текстовой полосой на первой полосе – обложке. Элементами «фирменного стиля» можно считать наличие у издания своего логотипа и слогана (газета «Глобус», школа 1095; газета «Планета 1253», школа № 1253; газета «СМЕШ», школа № 1239; газета «Вести21», школа № 21).

Почти во всех газетах, за редким исключением, над названием материала стоит рубрика. Чаще всего это стандартные формулировки: «Здоровый образ жизни», «Спорт», «Наши педагоги». Но встречаются и такие названия рубрик: «Первый встречный», «Учитель тоже человек» (газета «Контакт!», школа № 1259, Москва).

Рассматривая композиционную модель, отметим, что практически во всех школьных газетах на первой или второй полосе присутствует редакторская рубрика. Обычно это небольшое эссе, в котором рассказывается о главной теме номера или о самых интересных материалах в нем. Иногда в качестве темы редакторской рубрики берут смену сезонов погоды (зима, весна, лето, осень) и особенности школьной жизни в связи с ними (газета «Школа 1245», номер 1 и 9 за 2022 год, школа № 1245; газета «Вести21», номер 5 за 2021 год, школа № 21; газета «ШАГ», номер 6 за 2022 год, школа № 1357).

Следует также отметить, что информационные материалы располагаются на первых полосах издания, также тут могут присутствовать интервью. Далее, как правило, печатаются эссе и репортажи с различных мероприятий, на последних страницах школьных изданий можно найти то, что юные корреспонденты относят к развлекательному блоку: подборки смешных высказываний и веселых рассказов, рисунков и фотографий (газета «СМЕШ», номера 123 и 124 за 2022 год, школа № 1239; газета «Глобус», номера 2 и 4 за 2019 год, школа № 1095).

Использование цвета при печати школьных изданий сегодня широко распространено. Однако для большинства из них данная характеристика является не постоянной, а переменной, что связано с материальными возможностями образовательного учреждения в конкретный момент. В данном случае мы затрагиваем вопрос экономической модели в ряду составляющих компонентную модель. Это достаточно сложная тема, и нами в процессе исследования она лишь обозначена.

Но именно этим фактором можно объяснит, что достаточно большое количество школьных газет является исключительно черно-белыми. Есть школьные издания, которые являются полноцветными. Редко встречаются издания, использующие три цвета. Некоторые издания имеют цветную обложку, а внутренние полосы печатаются в черно-белом цвете. Большинство иллюстраций в школьных газетах – фотографии. В школьных изданиях чаще можно увидеть фотопортреты, чем репортажные снимки (газеты «Глобус», номера 1 и 3, школа № 1095; «Планета 1253», школа № 1253; «СМЕШ», номера 118 и 119, школа № 1239; «Шаг», номера 6–8 за 2022 год, школа № 1357).

Визуализация текстов приводит к тому, что пока немногие школьные газеты начинают использовать на своих полосах графики и диаграммы, их дополняющие. Чаще они связаны с опросами школьников на какую-нибудь тему («Газета 1245», номера 9 и 10 за 2021 год, школа № 1245; «Отражение», номера 5 и 6 за 2017 год, школа № 547; «Переменка», номера 9 и 10 за 2021 год, школа посольства РФ в США).

Особенности такой типологической характеристики, как издательские параметры, позволяют сделать важный вывод о формах функционирования школьных изданий. Наиболее приемлемой, по различным причинам – от создания контента до экономической обоснованности формы, как показывает практика, – являются газеты объемом от 4 до 8 страниц и периодичностью 1 раз

в месяц (газеты «Глобус», номер 3, школа № 1095; «СМЕШ», номер 124 за 2021 год, школа № 1239; «Планета 1253», номера 16 и 17 за 2019 год, школа № 1253).

Исследуя школьную газету, мы в определенной степени затрагиваем и организационную модель, которая также во взаимодействии с другими моделями позволяет школьной газете динамично развиваться и справляться с экономическими трудностями. В школьных бюджетах не предусмотрены статьи на издательскую деятельность, а это означает, что издательские параметры существующих школьных изданий достаточно скромны. Их тираж, как правило, варьируется от 10 до 1000 экземпляров. Но чаще всего он составляет 100–150 экземпляров («СМЕШ», школа № 1239; «Планета 1253», школа № 1253; «Таймс 87», школа № 87; «Курсор», школа № 120; «STRиж» школа № 10).

Однако в последние пять лет четко обозначилась тенденция, которая раньше была несвойственна школьным СМИ и позволяет решить вопрос их доступности, но не за счет увеличения тиражей печатных изданий. По сути, изменяется технологическая модель газеты в числе других в более обобщенной компонентной модели. Речь идет об электронных версиях, размещаемых на сайтах образовательных учреждений. Поэтому сегодня в школах складывается принципиально новая система распространения изданий.

Как правило, для них там существует специальная страничка, на которую на главной странице дается ссылка. Руководители школьного издания порой распечатывают всего несколько экземпляров, которые развешивают в школе на специальных информационных стендах. Основная читательская аудитория знакомится с печатным изданием в Интернете (газета «Переменка», номера 3 и 5, школа № 111; «Глобус», номер 4, школа № 1095; «Полдень», номер 3, школа № 6; «Таймс 87», номера 33 и 34, школа № 87).

Примером такого издания можно считать школьную газету «Переменка» МБОУ СОШ № 111, которая стала единым информационно-образовательным пространством школы. Она издается в рамках кружка «Журналистика». Программа данного кружка предполагает изучение основ журналистского творчества, теории и истории СМИ. Тем самым она во многом способствует формированию активной личности. Также следует добавить, что при подготовке номеров газеты учащиеся приобретают профессиональные навыки работы в журналистике. Подтверждением этому утверждению стали ответы респондентов по итогам проведенного анкетирования среди учащихся на тему «Нужна ли школе своя газета?». В нем участвовало 50 школьников из трех школ города Москвы.

Получены следующие результаты: более 80% считают, что в школе нужна своя газета; 60% учащихся желают быть корреспондентом школьной газеты; 23% – иногда и только 17% не желают участвовать в выпуске школьной газете. В качестве примера приведем несколько ответов:

- «Я считаю, что школьная идея – это замечательная мысль… я бы с большим удовольствием приняла в ней участие…» (Дарья К., 10-й класс);
- «Школьная газета необходима, на мой взгляд, это еще один способ организации детей. Это положительно влияет на раскрытие творческих способностей детей…» (Екатерина П., 10-й класс);
- «В школе нужна школьная газета, чтобы постоянно в ней освещать достижения учащихся и учителей. Я хотела бы принимать участие в создании газеты, я считаю, что это очень интересно, особенно если в будущем хочешь связать свою жизнь с журналистикой. Школьная газета может стать отличной стартовой площадкой» (Евгений С., 8-й класс);
- «Работа в газете научила меня уметь быть толерантной, коллективно принимать решения, быть грамотной, умело строить предложения. В настоящее время я пишу статьи, безусловно, школьная газета была тем толчком, который помог выбрать будущую профессию» (Виктория Т., 11-й класс).

Как видим, основной функцией ученических газет с самого начала их создания является функция социализации, если газета продуманно реализует функциональные модели. Это связано

с тем, что, выражая свои мысли в газете, которая имеет достаточно большую аудиторию, школьник, начиная с младших классов и до окончания школы, автоматически включается в общественную жизнь и одновременно формирует свои личностные качества. Параллельно с функцией социализации в течение всего периода развития школьные газеты реализовывают и образовательную функцию, которая заключается в распространении знаний и повышении уровня образования.

Анализ деятельности школьных газет (50 изданий) показал, что главным средством подготовки к журналистскому творчеству в современных условиях становится содружество подростков и педагогов, связанных едиными задачами и деятельностью. Основной целью школьных СМИ является воспитание человека, способного на социально оправданные поступки, в основе которых лежат общечеловеческие моральные и нравственные ценности патриота, гражданина своей Родины.

Поэтому медиапедагоги, которые принимали участие в опросе (50 человек) считают для себя необходимым определить и донести до каждого комплекс условий, обеспечивающих эффективность деятельности системы школьных изданий в школе. А.П. (медиапедагог, 48 лет) считает, что «газета – это своеобразная летопись школы. Она отражает то, чем живет школа, ее особенности и проблемы, праздники и будни, успехи и нерешенные вопросы. Она рассказывает о достижениях и победах отдельных представителей коллектива, может выражать их мнение, своё видение на создавшуюся проблему или значимое событие».

Эту точку зрения разделяет большинство респондентов. Более сконцентрированно ее выразил О.И. (медиапедагог, 34 года), который утверждает, что «школьные издания позволяют установить более тесные социальные связи внутри школы, поддерживают развитие учащихся, их организованность, коммуникативность и коммуникабельность. Газета в школе играет роль обмена мнениями, дебатов, что и в социуме помогает организовать себя, выразить свои мысли, распространить их среди других людей, помогает лучше познать себя, открыть мир».

Крайне важно, что многие из опрошенных видят в газете и средство выстраивания диалога между поколениями, который осложнился еще и динамически развивающимися новыми технологиями. «Чего греха таить, дети разбираются в новых технологиях много лучше, чем педагоги, особенно старшего возраста. Но в процессе совместной деятельности по созданию газеты между представителями разных поколений устанавливаются отношения взаимопонимания, взаимообучения и терпимости», – пишет в анкете Л.П. (медиапедагог, 54 года).

Эту точку зрения разделяют и молодые медиапедагоги. Так, И.Т. (медиапедагог, 27 лет) полагает, что «школьная газета предназначена для воспитания творческих, всесторонне развитых, активных, социально зрелых личностей. Журналистская деятельность имеет огромное практическое и профориентационное значение для учащихся школы, способствует умению находить в жизни нравственные ориентиры». Л.К. (медиапедагог, 23 года) добавляет. «Еще одной целью создания газеты является не просто раскрытие творческих способностей учащихся, освещение школьных событий, создание живой, активно работающей информационной среды, но и демонстрация технических возможностей новых информационных технологий в образовании».

ВЫВОДЫ

На основании проведенного исследования можно констатировать, что в процессе работы были реализованы все обозначенные задачи и получены следующие результаты:

- типологический подход позволил доказать, что школьная газета является самостоятельным типом издания в системе средств массовой информации образовательного учреждения в новых технологических условиях;
- по итогам анализа пятидесяти школьных газет города доказано, что на практике в разных вариантах они реализуют организационную, функциональную и компонентные модели, что позволяет выпускать достаточно профессиональное издание;
- в процессе исследования особое внимание было уделено компонентной модели как базовой, так как с ее помощью реализуется

ключевая специфика школьной газеты – участие детей во взаимодействии со взрослыми в процессе ее создания и налаживания межпоколенческого диалога между ними.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня в журналистику приходит новое пополнение, выросшее уже в новой технологической среде. Его формирование начинается в школе с овладения навыками делать школьную газету. Для кого-то она становится первым шагом в профессию. Но, безусловно, для всех обязательными приобретенными умениями работать с информацией, объемы и каналы которой постоянно увеличиваются.

Поэтому вполне обосновано, что сегодня школьная газета становится динамично развивающимся средством массовой информации в системе школьных медиа. В новых технологических условиях она, конечно, видоизменяется, как изменяется вся отечественная журналистика. Это правомерно и свидетельствует о том, что с годами все более профессионально подготовленное пополнение будет приходить в профессию, а общество будет получать граждан, умеющих грамотно работать с информацией. Очевидно, в этом и заключается основное назначение школьной газеты.

Литература

1. Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический вестнике Ростовского государственного университет. 2000. № 1. С. 42–44.

2. Бакулин М.А. Социальные сети как часть информационно-образовательной среды школы [Электронный ресурс]. URL: http://mic.org.ru/phocadownload/12-bakulin.pdf.

3. Дугин Е.Я. Методология исследования информационно коммуникативных медиасистем и журналистики [Электронный ресурс]. URL: http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=194.

4. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 25 мастер-классов. М.: Аспект Пресс, 2018. 168 с.

5. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2004. 287 с.

6. Косолапова Д.И. Ювенильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности [Электронный ресурс]. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/30123/1/ur-gu1436s.pdf.

7. Кулакова Н.Л. Медиаобъединение в самодеятельной школьной прессе // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2007. № 3. С. 100–106.

8. Кулакова Н.Л. Медиахолдинги как фактор оптимизации деятельности детских и подростковых ресурсов // Дети и подростки в информационно-образовательном пространстве Москвы: Из опыта реализации проекта «Развитие медиакультуры учащихся в информационно-образовательном пространстве города Москвы» / сост. С. Б. Цымбаленко. М.: РИЦ МГГУ им. М. А .Шолохова, 2013. С. 120–133.

9. Лукина М.М., Некляев С.Э. Издаем школьную газету // Медиаобразование в школе: сб. программ преподавания дисциплин / под. ред. Е.Л. Вартановой, О.В. Смирновой. М.: МедиаМир, 2010. С. 159–213.

10. Самсонова Н.Е. Педагогические условия творческого развития подростков в учреждении дополнительного образования (на примере студии журналистики): дис. … канд. пед. наук. Петрозаводск, 2003. 241 с.

11. Цымбаленко С.Б. Влияние Интернета на российских подростков и юношество в контексте развития российского информационного пространства [Электронный ресурс]. URL: http://mic.org.ru/phocadownload/4-cimbalenko.pdf.

12. Шкондин М.В. Системная типологическая модель СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002. 42 с.

References

1. Akopov A.I. Typological features of online publications. *Filologicheskii vestnike Rostovskogo gosudarstvennogo universitet*, 2000, no. 1, pp. 42–44 (in Russian).

2. Bakulin M.A. Social networks as part of the information and educational environment of the school. Available at: http://mic.org.ru/phocadownload/12-bakulin.pdf (in Russian).

3. Dugin E.Ya. Methodology of research of information-communication media systems and journalism. Available at: http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=194 (in Russian).

4. Kolesnichenko A.V. *Prakticheskaya zhurnalistika: 25 master-klassov* [Practical journalism: 25 master classes]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2018, 168 p. (in Russian).

5. Korkonosenko S.G. *Osnovy zhurnalistiki: uchebnik dlya vuzov* [Fundamentals of Journalism: A Textbook for Universities]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2004, 287 p. (in Russian).

6. Kosolapova D.I. Juvenile Journalism in Russia: Historical and Functional Features. Available at: https://elar.urfu.ru/bitstream/-10995/30123/1/ur-gu1436s.pdf (in Russian).

7. Kulakova N.L. Media association in the amateur school press. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10. Zhurnalistika*, 2007, no. 3, pp. 100–106 (in Russian).

8. Kulakova N.L. *Mediakholdingi kak faktor optimizatsii deyatel'nosti detskikh i podrostkovykh resursov* [Media holdings as a factor in optimizing the activities of children's and adolescent resources]. In: Tsymbalenko S.B., comp. *Deti i podrostki v informatsionno-obrazovatel'nom prostranstve Moskvy: Iz opyta realizatsii proekta «Razvitie mediakul'tury uchashchikhsya v informatsionno-obrazovatel'nom prostranstve goroda Moskvy»* [Children and Adolescents in the Information and Educational Space of Moscow: From the

Experience of the Project "Development of Students' Media Culture in the Information and Educational Space of the City of Moscow"]. Moscow, 2013, pp. 120–133 (in Russian).

9. Lukina M.M., Neklyaev S.E. *Izdaem shkol'nuyu gazetu* [We publish a school newspaper]. In: Vartanova E.L., Smirnova O.V., eds. *Mediaobrazovanie v shkole: sbornik programm prepodavaniya distsiplin* [Media education at school: a collection of programs for teaching disciplines]. Moscow, MediaMir Publ., 2010, pp. 159–213 (in Russian).

10. Samsonova N.E. *Pedagogicheskie usloviya tvorcheskogo razvitiya podrostkov v uchrezhdenii dopolnitel'nogo obrazovaniya: Na primere studii zhurnalistiki: dis. … kand. ped. nauk* [Pedagogical conditions for the creative development of adolescents in the institution of additional education: On the example of a journalism studio: Cand. Diss.]. Petrozavodsk, 2003, 241 p. (in Russian).

11. Tsymbalenko S.B. The influence of the Internet on Russian adolescents and youth in the context of the development of the Russian information space. Available at: http://mic.org.ru/-phocadownload/4-cimbalenko.pdf

12. Shkondin M.V. *Sistemnaya tipologicheskaya model' SMI* [Systemic typological model of mass media]. Moscow, Moscow University Publ., 2002, 42 p. (in Russian).

Информация об авторе / Information about the author

Александр Евстафьевич Лукичёв
Педагог-организатор,
Школа № 2053
(*111674, Москва Покровская ул., д. 35*)
luk-mail@mail.ru

Aleksandr E. Loukitchov
Teacher-organizer,
Shkola No 2053
(*35 Pokrovskaya St., Moscow, 111674 Russia*)
luk-mail@mail.ru

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

УДК 371.3 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_61

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ПОДГОТОВКИ ДЕТСКОГО КОНТЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ СРЕДЕ

Н.А. Мороз

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3728-5180

Журнал «Идеи и новации», г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Цель статьи *– рассмотреть основные положения медиаобразовательной деятельности и проанализировать, каким образом они реализованы с точки зрения организации журналистской подготовки в различных по специфике образовательных учреждениях. В статье дан анализ процесса обучения на примере работы телестудии и медиакласса.*

Методами исследования *для достижения поставленной цели и задач стали: анализ научной литературы, интервью, эксперимент и наблюдение.*

Результаты исследования. *Изучена научная литература, в рамках которой были определены понятие, функции и задачи, актуальные теории медиаобразования. Рассмотрено состояние этого феномена на современном этапе исторического развития. Для практической части исследования был собран материал, основанный на наблюдении за осуществлением процесса обучения в специализированном учреждении города Хабаровска и общеобразовательной школе Москвы. Продемонстрирована современная реализация медиаобразовательной деятельности в нашей стране. Установлено, что готовым медиапродуктом студии является телевизионная программа, состоящая из репортажей, полностью подготовленных для эфира детьми. В случае с медиаклассом результатом обучения являются образовательные, а также тематические и новостные, посвященные происходящим в школе событиям, видеоролики, которые создаются учащимися и преподавателями. Впоследствии они публикуются на школьных ресурсах.*

Выводы. *Медиаобразование – необходимая практика в условиях современного мира на сегодняшний день. Наиболее предпочтительной стратегией преподавания является использование практического метода, вовлекающего детей и подростков в самостоятельное производство контента. Процесс обучения реализован в виде дополнительного предпрофессионального класса не только в специальных студиях, но и школах.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Медиаобразование, детские СМИ, цифровая среда, формы и методы, медиапедагогика.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Мороз Н.А. Формы и методы подготовки детского контента в современной среде // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 61–70. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_61.

FORMS AND METHODS OF PREPARING CHILD CONTENT IN CONTEMPORARY ENVIRONMENT

Natalia A. Moroz

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3728-5180

Journal "Ideas and Innovations", Moscow, Russia

ABSTRACT

*The **object** of the paper below is to consider the main provisions of media education and analyze how they are implemented in terms of organizing journalistic training in educational institutions of various forms. The article deals with a television studio and a media class.*

Methods *applied include analysis of the scientific literature, interview, experiment, and observation.*

Research findings. *The research literature has been studied, the concept, functions and tasks, the relevant theories of media education have been defined, and the state of the phenomenon at the present stage of historical development has been considered. For the practical part of the research material was gathered based on monitoring the implementation of the learning process in a studio in Khabarovsk and a comprehensive school in Moscow, the modern implementation of media education activities in this country has been demonstrated, it has been proved that the media product of the studio is a television program consisting of reports all prepared by the children themselves, and in the media class, the result of the work is educational, as well as news videos dedicated to events taking place at the school, which are created by students and teachers and are subsequently posted on school resources.*

Conclusions. *Media education is a necessary practice in the modern world today, and the most preferable teaching strategy is the implementation of a practical method involving children and teenagers in the independent creating of content, the learning process is realized not only in special studios, but also in schools, in the form of an additional pre-professional class.*

KEYWORDS

Media education, children's media, digital environment, forms and methods, media pedagogy.

FOR CITATIONS

Moroz N.A. Forms and Methods of Preparing Child Content in Contemporary Environment. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 61–70. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_61 (in Russian).

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

ВВЕДЕНИЕ

Международная организация ЮНЕСКО определяет медиаобразование как одну из приоритетных областей культурно-педагогического развития двадцать первого века. Она рекомендует внедрить его в систему неформального «пожизненного образования» во всех государствах.

Следовательно, актуальность данной темы обусловлена тем, что в современном мире все сферы человеческой жизни, в том числе образование, подвержены значительному влиянию технологий. Это способствует повышению значимости визуальной коммуникации, а также не только высокому уровню потребления быстрорастущего количества информации, но и возможностям для её создания и распространения людьми, ранее не имевшими отношения к медиадеятельности. Дети оказываются вовлечены в эти процессы не меньше, чем взрослые. Кроме того, СМИ играют большую роль в ретрансляции определённых идеологических и политических воззрений, что требует от человека умения разбираться в контексте, определять интенции, ограничивать степень влияния на собственную оценку и т.д.

Объект исследования – медиаобразование.

Предмет исследования – формы и методы медиаобразования в современных реалиях.

Для достижения цели исследования, необходимо реализовать следующие задачи:

- на основании изученной литературы дать определение понятию «медиаобразование», рассмотреть его функции и изучить его современное состояние с точки зрения исторической перспективы, представить актуальные теории;
- обобщить, детально проанализировать виды, методы и формы медиаобразования;
- на основании приведенного теоретического материала сравнить подходы к обучению журналистике на примере специализированного учебного учреждения «Студия» и реализации проекта «Медиакласс» в общеобразовательной школе.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Прежде всего на основании изученной литературы дадим определение термину «медиаобразование», который имеет несколько трактовок. До сих пор исследователи, изучающие этот феномен, спорят относительно выбора наиболее точного и корректного определения. Российский учёный и педагог А.В. Фёдоров в своей работе «Медиаобразование: история и теории» пишет о том, что, по данным опроса, проведённого среди 26 российских и зарубежных педагогов, большая часть экспертов, а именно 96,15%, высказалась в пользу определения, предложенного на конференции ЮНЕСКО в 1979 году [8].

До этого, в 1973 году в рамках совместного совещания сектора информации данной организации и Международного совета по кино и телевидению было введено непосредственно само исследуемое нами понятие. В синтезе трактовок И.В. Жилавской и А.В. Фёдорова, опирающихся на данные ЮНЕСКО, медиаобразование (media education) – это обучение теории и практическим навыкам, связанное со всеми видами медиа (печатными, графическими, экранными, звуковыми и т.д.), а также технологиями, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике и существующими для овладения способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми, умениями критически осмыслять и создавать медиатексты, определять их источники, политические, социальные, культурные коммерческие подтексты, интерпретировать ценности, продвигаемые медиа, анализировать степень влияния массовых коммуникаций на социум, создавать и распространять собственные медиапродукты [2, 8].

Однако И.В. Жилавская в своей работе отмечала, что подобное определение уже не отвечает современным запросам. Она писала: «Сегодня эта трактовка отражает лишь часть проблематики системы медиаобразования, которая в современных условиях, помимо теории педагогики, охватывает и научное поле массмедиа, где в качестве объектов исследования выступают журналистика и аудитория» [2. С. 82].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На первом этапе работы была изучена литература по медиаобразованию, что позволило рассмотреть его функции и изучить его современное состояние с точки зрения исторической перспективы, представить актуальные теории.

Задачи и функции

Медиаобразование призвано для того, чтобы решать ряд следующих задач: обучать в первую очередь молодых людей в возрасте 5–18 лет, развивать умения критически мыслить и творчески подходить к работе, осознавать коллективную ответственность, обучать тому, как воспринимать, понимать и анализировать информацию, использовать для общения невербальные способы коммуникации, то есть различные технические средства.

Функции системы медиаобразовательной деятельности можно определить следующим образом: социально-организующие, коммуникативные, прогностические, охранно-защитные, воспитательные, образовательные, предупредительно-профилактические аспекты медиапедагогической деятельности [2, 10].

Если говорить об особенностях медиаобразования, то обязательной является интерактивная составляющая, предполагающая участие в процессе как минимум двух сторон – ученика и в качестве его наставника и ментора – медиапедагога. Без этого медиаобразовательная деятельность невозможна. «Эта теоретическая константа подтверждается на практике малоэффективными попытками СМИ воздействовать на молодежную аудиторию с помощью образовательных телевизионных программ… Зрители по другую сторону экрана остаются безучастными статистами» [2. С. 111].

Коммуникация предполагает лекционные и практические занятия, основанные на подходах, которые помогают развивать критическое и творческое мышление. Посредством этого учащиеся вовлекаются в создание медиапродуктов, понимая, как все работает изнутри.

Процесс может осуществляться не только в официальной, но и в неформальной обстановке [2].

Историческая перспектива

Медиаобразовательная деятельность в России появилась ещё в начале XX века. Правда, опиралось она в первую очередь на материалы набиравшего в те времена популярность кинематографа. Поэтому рассматриваемый нами феномен на пути его формирования неразрывно был связан с кинообразованием.

Кроме того, этапы его становления в исторической перспективе справедливо делить в соответствии со сменой политических периодов, так как именно это становилось катализатором существенных изменений во всех сферах жизни. А.В. Фёдоров в своей книге приводит следующую классификацию: 1935–1968 годы – переход от “тоталитарной” эпохи к хрущевской «оттепели»; 1969–1985 годы – время эстетически-ориентированного медиаобразования, когда оно стало осуществляться не только на базе кинообразования, но и на материалах телевидения, радиовещания, звукозаписи и прессы, 1986–1991 годы – эпоха «перестройки», когда к материалам кинообразования, телевидения и радиовещания добавились компьютерные системы [8].

Для понимания же современного состояния форм и методов подготовки детей к созданию медиаконтента нам потребовалось изучение становления медиаобразования в период с 1992 по 2015 год, который А.В. Фёдоров также рассматривает в своей книге. Этот этап характеризуется увеличением темпов развития средств массовых коммуникаций, в которых особое место занимают персональные устройства и система Интернет.

Современные российские средства массовой информации существенно изменились. Помимо государственных СМИ широкое распространение получают частные теле- и радиокомпании, издательства, сайты и т.д. Производимые ими медиапродукты разнятся по содержанию медиатекстов, функции которых стали носить более развлекательный и зрелищный характер, а не культурно-просветительский, как это было в XX веке.

Большую роль в изменениях сыграл переход страны к рыночной экономике, повлекший коммерциализацию медиа, смещение фокуса внимания в сторону рейтингов и тиражей. Несмотря на успешное продвижение Интернета на российском рынке, телевидение попрежнему превосходит его по уровню своей популярности, как радио и печатную прессу.

В последнее десятилетие XX века оно стало наиболее предпочтительным видом медиа для детей и подростков не только в России, но и во всем мире. Поэтому именно телевидение

сыграло большую роль в развитии рассматриваемого нами феномена. В сентябре 1991 года внедрение практического подхода в медиаобразовании произошло с появлением в эфире утренней программы телеканала ОРТ пятиминутной рубрики «Школьные Новости». В ней впервые за историю отечественного телевидения подростки принимали участие в создании сюжета, сценария, были ведущими и монтировали выпуски.

В мае 1992 года на канале РТР был организован выпуск цикла передач «Там-там новости», хронометраж каждой из которых составлял уже не пять, а десять минут. Но принцип работы оставался тем же – подростки 11–14 лет играли значительную роль в создании программы. Это, как отмечали они сами, положительно влияло на их навыки и умения. В то же время в некоторых школах Москвы и других крупных городов появлялась система школьного кабельного телевидения, транслировавшая познавательные программы, а также материалы, создаваемые учениками и преподавателями.

Если говорить об общеобразовательных учреждениях более конкретно, то возможности для видеопроизводства играют наиболее существенную роль в повсеместном распространении медиаобразовательной деятельности. Это объясняется тем, что современная техника не требует больших затрат, портативна и легко эксплуатируема не только взрослыми, но и детьми.

Важным этапом в развитии медиаобразования является создание условий для проведения различных массовых мероприятий. Толчком для этого в России стало открытие Лиги малой прессы, первый сбор которой состоялся в известном лагере города Владивостока – «Океан» (1992). В дальнейшем Лига играла основную роль в проведении фестивалей, которые проходили на территории детских центров «Артек» (1995) и «Орленок» (1996), в рамках которых юные журналисты создавали проекты совместно с участниками из Германии и Бельгии. Кроме того, в 1994, 1995, 1997 и 1998 годы были организованы международные школы для юнкоров не только России, но и Италии, Греции, Франции и т.д.

Целью таких мероприятий была универсализация умений участников – они пробовали себя в тех сферах медиа, которые выходят за рамки их специализации. Лига малой прессы подготовила около 200 юных корреспондентов, которые работали над созданием видеохроники, ежедневной спортивной газеты «Олимпийская Деревня» и информационных бюллетеней в период проведения Всемирных юношеских игр 1998 года.

Помимо этого организация разрабатывала инициативы, которые помогали развитию детской журналистики. Так, с помощью программы «Свой Голос», основанной в 1991 году, были реализованы такие проекты: «Детиздат», Агентство «ЮНПРЕСС», «Окно в детство», «Рука Друга» и др.

Кроме самостоятельной журналистики большое влияние на повышении медиакомпетентности оказывает медиаобразование, интегрированное в школьную программу. Основы такого обучения были заложены в 1998 году Л.С. Зазнобиной [4]. Она была убеждена в том, что развивать критическое мышление и владеть базовыми навыками "выживания" в современном информационном обществе должен каждый школьник. Помочь ему должно внедрение медиаобразовательных аспектов в изучение гуманитарных и естественно-научных дисциплин.

Согласно стандарту, после окончания начального и среднего образования школьники должны быть ознакомлены с основными умениями, требующимися в работе с медиатекстами. Развитие технологий и глобальных коммуникаций позволяет не только обучаться, но и создавать собственные СМИ. Так, в 1999 году появился первый общешкольный журнал «ОРТ-ЭКСПРЕСС», редакционную коллегию которого составляли ученики обычных общеобразовательных учреждений.

В этом период были сделаны определенные шаги, которые позволили начать подготовку профессиональных кадров, обеспечивать учебные заведений техникой, создавать программы обучения. Так, в 2001 году по итогам пленума Правления Союза кинематографистов Российской Федерации было утверждено Постановление, благодаря которому Ассоциация кинообразования и медиапедагогики совместно с кафедрой

социокультурного развития личности Таганрогского государственного педагогического института имени А.П. Чехова инициировала регистрацию специализации «Медиаобразование». Она была официально утверждена Учебно-методическим управлением Министерства образования в 2002 году.

Примерно в то же время на факультете журналистики МГУ для школ и высших учебных заведений была разработана концепция «модуля медиаобразования» [8].

Практическая теория

Современные исследователи выделяют одиннадцать основных теорий медиаобразования – протекционистскую, практическую, теологическую, культурологическую, этическую, социокультурную, экологическую, семиотическую, идеологическую, теорию развития критического мышления, удовлетворения потребностей.

Однако обратим своё внимание именно на практическую, так как на сегодняшний день ввиду технических возможностей подобная концепция наиболее актуальна. Основой для неё служит теория «потребления и удовлетворения» в медиа. Отличие заключается в том, что удовлетворяются не жанровые или сюжетные предпочтения, а желание освоить технические и практические аспекты деятельности.

Медиапедагоги, придерживающиеся этой теории, не фокусируют внимание на степени оказываемого медиавлияния. Их стратегия преподавания сводится к тому, чтобы показать, как можно использовать техническое оснащения для создания контента. То есть, если обучающийся хочет понять, как работать с аппаратурой, необходимо научить его фотографировать, монтировать, снимать фильмы, репортажи и т.д.

Таким образом, отличительной чертой этой теории является опора на практическую часть, тогда как в других она носит лишь вспомогательный характер и часто существует лишь в форме различных упражнений [2, 8].

Классификация методов

Такие исследователи, как И.В. Жилавская [2], А.В. Фёдоров [8], И.В. Челышева [11], в своих работах указывают, что методы медиаобразования как системы взаимодействий учащегося и педагога для усвоения учебного материала можно классифицировать следующим образом:

- по источнику: словесные (лекция, дискуссия, объяснение, беседа), наглядные (демонстрация медиатекстов), практические (задания, основанные на материале медиа);
- по уровню познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративные, репродуктивные (предполагают использование заданий на материале медиа); проблемные (анализ ситуаций или медиатекстов, что способствует развитию критического мышления),
- эвристические или исследовательские (поисково-творческая деятельность в рамках обучения) [2, 8, 10].

Виды медиаобразования

Виды медиаобразовательной деятельности можно разделить на две большие группы – опосредованные и непосредственные. Последние, в свою очередь, делятся: по форме взаимодействия с аудиторией (индивидуальная работа, групповая работа, массовые мероприятия); методам медиаобразовательных коммуникаций (профессиональное общение, создание медиапродуктов, организационно-деятельные игры); адресату (школьники, студенты, медиапедагоги); территориальному фактору (школьные, региональные, всероссийские, международные).

Непосредственно сами формы также могут быть абсолютно специфическими. Индивидуальная работа подразумевает наставничество, практику, стажировку, редакционные задания, обучение в процессе создания медиатекстов.

Групповая работа – это мастер-классы, курсы, студии, школы, лаборатории, семинары, тренинги, выпуски учебных СМИ (приложений, рубрик, теле- и радиопередач, молодёжных сайтов).

Массовые мероприятия подразумевают конференции, слеты, форумы, фестивали, выставки, конкурсы и т.д.

Медиаобразовательные коммуникации могут включать в себя следующие методы: профессиональные (творческие вечера, летучки, дискуссии и т.д.); создание медиапродуктов (участие в проектах, создание газет, журналов, выпуск

теле- и радиопередач, программ, сюжетов; создание собственных информационных продуктов, например, в виде блогов, страниц в интернете, личных фото- и видеоматериалов; игры на слётах, фестивалях, форумах).

Кроме того, медиаобразовательная коммуникация может различаться в зависимости от того, на кого она направлена: подростковая (специалисты в области журналистики помогают издавать детско-юношеские СМИ, проводят конкурсы, фестивали); студенческая (молодые журналисты создают вузовские СМИ, участвуют в организации студенческих фестивалей); для медиапедагогов (профессиональные журналисты делятся своим опытом в рамках научных или образовательных программ, подготавливают выпуск специальных изданий, газет и журналов).

По территориальным общностям медиаобразовательные коммуникации могут быть: школьные и межшкольные (газеты, теле- и радиопередачи, интернет-сайты, конкурсы, олимпиады и т.д.); региональные и городские (слеты, конкурсы, социальные акции, олимпиады, теле- и радиопрограммы, интернет-порталы и т.д.); межрегиональные и всероссийские, международные (фестивали, конференции, пресс-туры и т.д.) [2].

На втором этапе исследования на основании приведенного теоретического материала мы постарались сравнить подходы к обучению журналистике на примере специализированного учебного учреждения «Студия» и реализации проекта «Медиакласс» в общеобразовательной школе. Именно они составили основу эмпирической части исследования. В данном случае стал востребован опыт работы автора данной статьи в Детской студии телевидения «Хабаровск» (2013–2018 годы), а также изучение деятельности медиакласса в государственном бюджетном образовательном учреждении города Москва «Школа № 2053» (2021–2022 годы).

Детская студия телевидения «Хабаровск» (2013–2018 годы)

Сначала обратимся к опыту Детской студии телевидения «Хабаровск», которая была основана 11 сентября 2002 года. Первые несколько лет после получения регистрации СМИ все сюжеты, которые создавались детьми, отправлялись в архив. Только в 2006 году появилась возможность размещать их в общественном доступе посредством Первого транспортного телевидения.

Однако в скором времени от этого способа отказались, так как формат роликов, транслируемых в автобусах и трамваях, не предполагал наличия звука. К тому же подобные работы нельзя было назвать полноценными журналистскими сюжетами. Ситуация начала изменяться в 2007 году, когда студия заключила договор о совместной деятельности с Дальневосточной телерадиокомпаний (ДВТРК). С того времени две минуты перед выпусками новостей были уделены специальной рубрике обучающихся «Им виднее», которая в основном состояла из коротких социологических опросов.

Позже, через год администрация города выделила средства на оплату эфира. Тогда на канале ДальТВ, который с 2010 года организовал совместное вещание с ТНТ, была запущена пятнадцатиминутная передача «Дети+». Она уже состояла из полноценных сюжетов. В 2018 году программа перешла на кабельный телеканал «Хабаровск», но ее формат не изменился. Детская студия телевидения имеет официальную регистрацию СМИ, оформленную на физическое лицо.

На основании проведенного исследования и теоретического обоснования были выделены следующие особенности ее деятельности.

Так как учреждение является государственным, образовательный процесс осуществляется на бесплатной основе. Обучаться в студии могут дети от 12 до 18 лет. Для желающих поступить не предполагаются конкурсы или кастинги, необходимо лишь определиться со специализацией: корреспондент, оператор, видеомонтажер.

Тематика контента абсолютно разнообразна. Как правило, это освещение масштабных мероприятий, происходящих в городе, сюжеты, посвящённые хобби, профессиям, интересным местам для развлечения или обучения, различные рубрики. Например, рубрики «Планета Спорта», «Ищем Хозяина», в выпусках которой корреспондент рассказывает о собаках из приюта; «Боевой Листок» – это интервью с ветеранами, живущими в Хабаровске и т.д.

Главный принцип студии заключается в том, что всю основную работу дети проделывают самостоятельно. Она включает все этапы процесса создания контента, начиная от организации до написания текстов. Сюда же входят раскадровка, съёмки, записи закадрового текста и монтажа, предоставление готового контента телеканалу. Как правило, большую часть из этого списка берет на себя корреспондент, работая совместно с оператором, который отвечает за сбор видеоматериала. Те, кто специализируются на монтаже, обычно не участвуют в создании сюжетов, которые идут в эфир. Но они помогают корреспонденту, если для подготовки своего материала ему требуется более углубленное использование программ монтажа.

Таким образом, педагогическая стратегия строится на том, что практический метод, основанный непосредственно на создании полноценного медиапродукта, а не просто выполнении заданий, преобладает над теоретическим. Это играет большую роль в быстром и продуктивном освоении требуемых навыков. Если к самому первому сюжету обучающимся приходится готовиться основательно, соблюдая все основные каноны, то через некоторое время они начинают отступать от заданных стандартов. Они без труда импровизируют и подходят к созданию своих работ более креативно.

Важно и то, что практический подход имеет значение, если речь идет об учениках как о будущих специалистах. Ведь когда у человека с детства есть необходимость самостоятельно организовывать съемочный процесс, это учит его понимать всю возложенную на него ответственность за предоставленную возможность брать интервью у первых лиц города, завершение работы над сюжетами (особенно новостного формата) в срок, для того, чтобы успеть к эфиру, и др. В итоге уже в школьные годы студиец не испытывает те сложности при подготовке контента, которые могли бы возникнуть у него в будущем на начальных этапах работы на телевидении.

В специализированном учебном заведении преподавателями являются действующие работники средств массовой информации (СМИ) либо тот, кто имеет соответствующее образование. Они играют наибольшую роль в подготовке студийцев на первом этапе обучения. Их деятельность достаточно широка. Они организовывают факультативные занятия, в рамках которых дают дополнительный теоретический материал; приглашают действующих сотрудников СМИ для проведения мастер-классов; устраивают летучки, на которых вместе со студийцами обсуждают сделанные ими сюжеты, чтобы выявить сильные и слабые стороны работ; отправляют материалы на конкурсы и др.

Дети, обучающиеся в студии, участвуют в городских, краевых, межрегиональных, международных фестивалях. Так, например, каждые четыре года сюжеты юнкоров оцениваются жюри одного из крупнейших соревнований в области искусств – Дельфийских играх.

У обучающихся в студии есть возможность получать деньги за свою работу. По закону это могут делать подростки, достигшие возраста четырнадцати лет, оформившие ИНН и СНИЛС. Летом студийцы начинают работать по сменам. Как правило, их две, каждая из которых длится один месяц. Участие и распределение происходят по желанию. В то же время в некоторых школах города начинают функционировать трудовые отряды, суть которых заключаются в том, что старшеклассники занимается уборкой улиц, организуют культурно-массовые мероприятия и помогают жителям Хабаровска. Освещение этих событий дает возможность получать студийцам оплату за свою деятельность. Следует отметить, что за смену они могут снять репортаж о трудовых отрядах лишь два раза. Но зарплату получают все участники смены, которые в течение этого периода работали над другими сюжетами.

Особенности функционирования учебного заведения, заключающиеся в его специфике, определенной направленности и требованиях, охватывают довольно узкую группу потенциальных студентов, что не позволяет сделать получение медиаобразования в таких условиях более распространённым и популярным.

Медиаклассы (2021–2022 годы)

Если изучить ту немногочисленную информацию о медиаклассах, которая находится в открытом доступе, то она достаточно скупа.

В основном ее можно найти на порталах правительственных и школьных ресурсов. Но даже по этой весьма скромной информации эту инициативу в целом можно охарактеризовать следующим образом:

- медиакласс в московской школе – это проект дополнительного предпрофессионального образования, который дает возможность учащимся освоить нетипичные для школьной программы, но актуальные в повседневной и профессиональной жизни направления сферы деятельности средств массовой информации;
- на выбор представлены журналистские специализации: медиакоммуникации в социальных сетях, фото-, теле- и радиожурналистика, блогинг, копирайтинг, реклама и связи с общественностью, методы создания современного медиатекста, управление в креативных индустриях и другие отрасли специальности;
- школьники, проходящие обучение в медиаклассах, смогут участвовать в пресс-конференциях, профессиональных мастерских и брифингах, посещать практические занятия и тренинги в вузах, являющихся партнерами проекта, среди которых: НИУ ВШЭ, МГУ, МГИМО, ГИТИС, РАНХиГС и ещё 11 высших учебных заведений;
- поступить в медиакласс могут ученики старших классов, кандидатура которых была одобрена комиссией школы [5, 6].

Для того, чтобы проверить, как реализовано функционирование проекта, мы изучили работу медиакласса в школе № 2053 (Москва), функционирующего в рамках участия в городских проектах. Освоение медиадисциплин в стенах общеобразовательного учебного заведения, несмотря на некоторые сходства, отличается от системы обучения в специализированных образовательных учреждениях. Таким образом, были выявлены следующие особенности:

- обучаться в медиаклассе может любой ученик школы № 2053 с первого по одиннадцатый класс;
- каналом распространения видеоматериалов являются специально созданные аккаунты, например, на платформе YouTube – «ГБОУ Школа № 2053» или в мессенджере Telegram – «Новости ГБОУ "Школа 2053"».
- контент, который публикуется на данных платформах, состоит из тематических видеороликов о школьных кружках, интервью, новостных выпусков, посвящённых праздникам, мероприятиям, которые проходят в учебном учреждении. Характерной особенностью этого школьного ресурса является авторство материалов, размещенных в общественном доступе. Они создаются не только детьми, но и преподавателями;
- при подготовке контента учитываются запросы школьников, которые предпочитают сетевые ресурсы. Поэтому основной целью образовательного процесса становится обучение основам мультимедийной журналистки и медиакоммуникациям.

Как показал анализ деятельности медиаклассов, в своей стратегии медиапедагог обращается к практическому подходу. Как правило, производством публикуемого контента занимаются дети постарше. Они создают тематические и новостные ролики, записывают интервью. Ученики начальной школы выполняют задания, повышающие их навыки коммуникации. Они учатся импровизировать, брать интервью и начитывать подводки. Видеоролики, которые они создают, также публикуются на YouTube.

Как правило, занятия в медиаклассе ведут в основном преподаватели школьных дисциплин. Хотя по логике проекта это должны быть квалифицированные медиапедагоги или журналисты. Но, к сожалению, это ситуация сегодня трудно разрешима, что создает проблемы для обучающихся, в результате получающих исключительно теоретический материал. Его явно недостаточно для развития практических навыков и умений, особенно в том случае, если в дальнейшем ребенок планирует связать свою жизнь именно с журналистской сферой деятельности. Проведения мастер-классов, участие в которых предполагает проект, также недостаточно для усвоения всего материала.

Соответственно, для преподавателей трудности заключаются в дополнительной нагрузке, которая появляется при работе в медиаклассе и при реализации учебных программ, разработанных

вузами, являющимися партнерами проекта. Однако уже появляются примеры, когда с этими трудностями школы справляются.

В анализируемом нами медиаклассе школы № 2053 нашли, как эффективно организовать его деятельность. Прежде всего на работу в школу пригласили профессионального медиапедагога, получившего данную квалификацию в рамках дополнительного педагогического образования, к тому же имеющего опыт работы в телевизионной сфере. При его участии процесс обучения организован более слаженно и профессионально. Другим преподавателям работать становится значительно проще. Кроме того, у них появляется возможность и преподавать в медиаклассе, и дополнять тот материал, который они дают в рамках своих основных занятий, но уже в видеоформате. Поэтому наличие как минимум одного квалифицированного медиапедагога крайне необходимо.

Непосредственное присутствие в школе специалиста, имеющего реальный опыт, полезно тем, что есть возможность приглашать коллег из профессиональной сферы. Они готовы не только поделиться своими знаниями, но и показать, как их можно реализовать на практике. У учащихся действительно есть возможность послушать представителей вузов. Однако в самой школе они преподают лишь теоретический материал в виде лекций. Мастер-классы проходят по предварительной регистрации на других площадках. И принять участие в них могут ученики 8–11 классов.

Как показывают последние данные, данный проект расширяется. Если в 2021 году в Москве действовало более 66 медиаклассов, то в 2022 году в нем участвуют уже около 155 школ, в которых создаются профильные классы. Тем самым мы наблюдаем рост спроса на возможность обучения основам медиаобразования не в специальных кружках или студиях, а в школе, где ребенок проводит большую часть своего времени.

ВЫВОДЫ

На основании проведенного исследования получены следующие результаты:

- изучена исследовательская литература, дано определение понятию, рассмотрены функции, актуальные теории, задачи, современное состояние медиаобразования с точки зрения исторической перспективы;
- обобщены, проанализированы виды, методы и формы медиаобразования;
- на основании теоретического материала проведено сравнение подходов к обучению журналистике на примере медиакласса в школе № 2053 (Москва) и детской студии телевидения «Хабаровск»;
- отмечена тенденция роста популярности особой формы медиаобразования, способной охватить большее число потенциальных обучающихся, которой является медиакласс. Специализированные учебные заведения, такие как студия, несмотря на предоставление ученикам больших возможностей, менее актуальны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках проведенного исследования были рассмотрены основные положения медиаобразования, проанализировано, каким образом организован процесс обучения на примере работы медиакласса и студии.

Динамичное развитие этих форм подготовки подрастающего поколения к работе с информацией свидетельствует о том, что это становится неотъемлемой чертой современного образования. Они включает в себя различные методы работы, но на сегодняшний день наиболее актуальны практические подходы. С развитием доступности технологий появляются и новые формы обучения, способные обеспечить повсеместное распространение медиаобразовательной деятельности, которые становятся все более популярными.

Литература

1. Бльох Е.А. Эффективные методы и уникальные формы развития медиакомпетенций учащихся // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 1(23). С. 29–34.

2. Жилавская И.В. Медиаобразование молодёжной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. 322 с.

3. Жукова Д.А. Современная детская журналистика как фактор формирования индивидуального и группового сознания детей: проблемы и перспективы развития // Вестник Краснодарского Университета МВД России. 2009. № 4(14). С. 57–61.

4. Зазнобина Л.С. Стандарт медиаобразования, интегрированного с различными школьными дисциплинами // Стандарты и мониторинг в образовании. 1998. № 3. С. 26.

5. Косолапова Д.И. Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций // Вестник Пермского университета. 2010. № 6(12). С. 193–194.

6. Медиакласс в Московской Школе [Электронный ресурс] // Центр цифровизации образования: сайт. URL: https://profil.mos.ru/media/?target=slider-direction.

7. Учимся всей семьей [Электронный ресурс] // Школа.Москва: сайт. URL: https://shkolamoskva.ru/predprof/-classes/5.

8. Федоров А.В. Медиаобразование: история и теория. М.: МОО «Информация для всех», 2015. 450 с.

9. Челышева И.В. Интерактивные формы и методы работы в развитии медиакомпетентности школьников // Медиаобразование. 2009. № 1. С. 59–66.

10. Челышева И.В. Методические и технологические подходы к медиаобразовательному процессу: классификация и пути реализации // Медиаобразование. 2011. № 4. С. 79–81.

11. Челышева И.В. Медиаобразовательный компонент в работе учителя школы и преподавателя ВУЗа: возможности и перспективы // Медиаобразование. 2012. № 4(21). С. 36–49.

References

1. Bl'okh E.A. Effective methods and unique forms of development of students' media competencies. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2017, no. 1(23), pp. 29–34 (in Russian).

2. Zhilavskaya I.V. *Mediaobrazovanie molodezhnoi auditorii* [Media education of the youth audience]. Tomsk, 2009, 322 p. (in Russian).

3. Zhukova D.A. Modern children's journalism as a factor in the formation of individual and group consciousness of children: problems and prospects for development. *Vestnik Krasnodarskogo Universiteta MVD Rossii*, 2009, no. 4(14), pp. 57–61 (in Russian).

4. Zaznobina L.S. A standard of media education integrated with various school disciplines. *Standarty i monitoring v obrazovanii*, 1998, no. 3, p. 26 (in Russian).

5. Kosolapova D.I. Juvenile journalism in the system of mass communications. *Vestnik Permskogo universiteta*, 2010, no. 6(12), pp. 193–194 (in Russian).

6. Media class at the Moscow School. Available at: https://profil.mos.ru/media/?target=slider-direction (in Russian).

7. Learning as a family. Available at: https://shkolamoskva.ru/predprof/classes/5 (in Russian).

8. Fedorov A.V. *Mediaobrazovanie: istoriya i teoriya* [Media Education: History and Theory]. Moscow, 2015, 450 p. (in Russian).

9. Chelysheva I.V. Interactive forms and methods of work in the development of media competence of schoolchildren. *Mediaobrazovanie*, 2009, no. 1, pp. 59–66 (in Russian).

10. Chelysheva I.V. Methodical and technological approaches to the media educational process: classification and ways of implementation. *Mediaobrazovanie*, 2011, no. 4, pp. 79–81 (in Russian).

11. Chelysheva I.V. Media educational component in the work of a school teacher and a university teacher: opportunities and prospects. *Mediaobrazovanie*, 2012, no. 4(21), pp. 36–49 (in Russian).

Информация об авторе / Information about the author

Мороз Наталья Александровна
Корреспондент, Журнал «Идеи и новации»
(*119270, г. Москва, Комсомольский просп., 45*)
natali.moroz.15@bk.ru

Natalia A. Moroz
Correspondent, Journal "Ideas and Innovations"
(45 *Komsomolsky Avenue, Moscow, Russia 119270*)
natali.moroz.15@bk.ru

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

Практика / Practice

УДК 316.77.007 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_71

КАК ОБУЧАТЬ ЖУРНАЛИСТИКЕ «ЦИФРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ»?

А.М. Дальнева
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5855-723X

Измайловская школа № 1508, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ
Цель статьи *– осмыслить роль современного медиапедагога с учетом особенностей целевой аудитории – зумеров, сформировать представление об актуальной модели преподавания спецкурса "Журналистика и медиа" в школах, выдвинуть на его основании практические рекомендации.*
Материалы и методы. *Теоретическая часть исследования базируется на материалах, посвященных изучению когнитивных и поведенческих особенностей поколения Z, современных тенденций в образовании в целом и в журналистике в частности. Эмпирическая часть исследования основывается на опыте автора статьи как практикующего медиапедагога с использованием метода анкетирования и статистической обработки полученных данных.*
Результаты исследования. *Траектория медиаобразования в школах сегодня должна быть выстроена с учетом актуальных тенденций. В контексте школьной среды медиапедагог – уникальное явление, проводник во взрослый мир, одновременно учитель, психолог и друг. Чтобы обучение было эффективным, педагогу необходимо учитывать когнитивные и поведенческие особенности поколения, активно задействовать цифровые возможности школьного пространства и выстраивать с учащимися диалог. Комбинация традиционных методов преподавания с современными, прогрессивными даст возможность "отрепетировать" роль журналиста и подготовить школьников для дальнейшего погружения в профессию.*
Выводы. *В процессе исследования составлен краткий психологический портрет представителей поколения Z, или digital natives; предложены решения проблем, с которыми сталкиваются медиапедагоги, с учетом практического опыта автора и анкетирования учащихся; определены условия успешного взаимодействия медиапедагога с учащимися; составлен перечень практических рекомендаций для преподавателей медиаспецкурса в школах.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА
Медиаобразование, медиапедагог, поколение Z, медиаграмотность, журналистика, культура преподавания.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ
Дальнева А.М. Как обучать журналистике «цифровое поколение»? // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 71–78. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_71.

HOW TO TEACH JOURNALISM TO "DIGITAL GENERATION"?

Anna M. Dal'neva
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5855-723X

Izmailovo School No. 1508, Moscow, Russia

ABSTRACT
*The **object** of the research paper below is to ponder over the role of a contemporary media teacher taking into account the peculiarities of the target audience – zoomers. It is also relevant to form the perception of a topical model of teaching a special course "Journalism and Media" at schools and to develop practical recommendations on the basis of this course.*
Materials and methods. *The theoretical part of the research is founded upon the papers devoted to studying cognitive and behavioral particularities of generation Z, modern trends in education in general and in journalism in particular. The empirical part is based on the author's practical experience in working as a media teacher who has applied questionnaires and the method of statistical processing of the data obtained.*
Research findings. *These days, the process of media education at schools ought to be formed in accordance with modern trends. Within the framework of school educational environment a media teacher is a unique phenomenon, a guide to the grown-up world, being at the same time a teacher, a psychotherapist, and a friend. In order for the teaching process to be effective, a teacher needs to take into consideration cognitive and behavioral peculiarities of the generation, to make an extensive use of digital opportunities of school space, and to establish fruitful dialogue with students. The combination of traditional teaching methods with modern progressive ones will enable a teacher to "rehearse" the role of a journalist and to prepare students for further plunge into the profession.*
Conclusions. *During the conducted research the following tasks have been accomplished: a concise psychological portrait of generation Z representatives, or digital natives, has been created. Taking into account the author's practical experience and the results of students' answers in questionnaires, there have been suggested solutions to problems that media teachers frequently face. Moreover, conditions for a successful interaction between a media teacher and students have been determined and a list of practical recommendations for teachers of a special course in mass media has been made.*

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

KEYWORDS
Media education, media teacher, generation Z, media literacy, journalism, teaching culture.

FOR CITATIONS
Dal'neva A.M. How to Teach Journalism to "Digital Generation"? Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 71–78. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_71 (in Russian)

ВВЕДЕНИЕ

Медиаобразование в школе – явление, с одной стороны, не новое, с другой – приобретающее сегодня совершенно другие смыслы. Журналистика в ее классическом понимании активно трансформируется, форматы и жанры смешиваются, становясь гибридными. Как следствие, возникает необходимость в адаптации учебного материала к нуждам времени.

Другой аспект – поведенческие и когнитивные особенности поколения, которому преподается «новая журналистика». Так называемые digital natives, или зумеры, – нужно ли вырабатывать к ним подход? Почти беспрерывное нахождение в виртуальном пространстве и нон-стоп потребление информации напрямую влияют на ее усвоение. Очевидно, для современных школьников ценность информации в разы снижена, а зачастую новые сведения и вовсе являются «белым шумом». Вкупе со стандартной учебной нагрузкой цифровые информационные потоки вызывают усталость и отторжение. Возникает закономерный вопрос: как обучать подростков работе с информацией в условиях давящего контекста digital-пресыщения?

Курс «Журналистика и медиа», введенный в московских школах, выполняет в этой связи важные функции. С одной стороны, он задуман как профориентационный электив (коих категорически не хватает в школьной программе), с другой – предоставляет подросткам возможность творческого самовыражения и экспериментов. Потенциал этого спецкурса огромен: говорить о том, что он способен полностью заменить специализированные вузовские курсы, пока рано; однако при грамотном подходе к выстраиванию структуры обучения вполне может сформировать у школьников достойную базу.

Возникают и другие, не менее важные вопросы. Каким должен быть современный медиапедагог? Достаточно ли быть только хорошим преподавателем без опыта в индустрии, или – только практикующим журналистом? И как выстраивать коммуникацию с зумерами?

В этом исследовании мы предпримем попытку ответить на эти животрепещущие вопросы, ссылаясь на личный преподавательский опыт автора, а также на научные материалы коллег. Таким образом, **цель** – сформировать представление об актуальной модели преподавания спецкурса, выдвинуть на его основании практические рекомендации.

Объект исследования – курс «Журналистика и медиа» в 10-х классах школы.

Предмет исследования – особенности преподавания курса «Журналистика и медиа» ученикам 10-х классов школы.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Теоретическая часть исследования базируется на материалах, посвященных изучению когнитивных и поведенческих особенностей поколения Z, современных тенденций в образовании в целом и в журналистике в частности.

Изучению теории поколений и digital natives в эпоху «текучей модерности» посвящены труды В.А. Шишкуновой [9], Д. Иванова [4] и др.

О преобразованиях в образовательной среде и современной медиаграмотности писали А.Н. Авдулов, А.М. Кулькин [1], И.В. Жилавская [2] и др. Отдельное внимание медиапедагогике в своей работе уделяет А.Е. Лукичев [6].

Эмпирическая часть исследования основывается на опыте автора статьи как практикующего медиапедагога с использованием метода анкетирования и статистической обработки полученных данных.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Понимание особенностей поколения Z, которое является целевой аудиторией школьного медиапедагога, может существенно облегчить процесс преподавания, сделать его более структурированным и актуальным для учеников. Мы предлагаем разобраться, какие поколенческие характеристики зумеров нужно учитывать в процессе обучения, а также сформировать собирательный образ современного медиапедагога.

Поколение Z

Поколение Z, зумеры, или, согласно теории поколений Уильяма Штрауса и Нейла Хоува [9], художники – так называют людей, родившихся в период с конца 1990-х до 2012 года. Они же – «новые люди» и digital natives. В массовом сознании образ зумера прочно ассоциируется с технологиями; это человек, рожденный с гаджетом в руке и исповедующий ценности “мира без границ” – в понимании как географическом, так и информационном. Цифровые аборигены комфортно ощущают себя в digital-пространстве, технически подкованы и мыслят иначе: клиповое мышление, с одной стороны, ограничивает «погружаемость», с другой – позволяет реагировать на любые раздражители острее и быстрее, делая зумеров скорее спринтерами, чем марафонцами.

Возьмем за основу классификационное название поколения – Художники. «Я художник – я так вижу»: уже в самом этом понятии заложена одна из базовых зумерских ценностей, – *свобода творческого самовыражения.*

Виртуализация общества и «символизация» повседневности ведут к тому, что в центре «реальной жизни» сегодня оказывается «изображаемое и воображаемое» [4]. Фактически это говорит о том, что мы живем в эпоху смежных контекстов, и цифровой зачастую более «реален»: для зумеров это среда возможностей, экспериментов с самоидентификацией и своим творческим «Я». Однако, несмотря на формальное «активное» присутствие в Интернете, зумеры, по сравнению с миллениалами, предпочитают скорее наблюдать и отмалчиваться [8].

По итогам разных исследований поведения «зетов» были выведены следующие наблюдения:

- зумеры действительно стремятся к тому, чтобы подчеркнуть свою индивидуальность;
- подавляющее большинство зумеров ценит комфорт выше других категорий (таких как «неординарность», «шик», «естественность»);
- у зумеров действительно возникают трудности с концентрацией и контролированием эмоций;
- несмотря на то, что зумеры проводят много времени онлайн, у них в достаточной степени развита эмпатия [7].

Медиаспецкурс в эпоху цифровизации

На сегодняшний день классическое образование, равно как и традиционная журналистика, претерпевает значительные изменения. Это касается подходов к обучению в принципе – новое время требует новых методов. Одна из основных тенденций последних лет – цифровизация образовательной среды, в которой формируется некая «цифровая педагогика»; о ней ясно лишь то, что «нужно пробовать, экспериментировать и искать новые работающие модели» [1]. Ясно также и следующее: работа с цифровой средой требует развития медиаграмотности. Этому навыку может обучить квалифицированный медиапедагог.

Курс «Журналистика и медиа» появился в московских школах своевременно. Согласно программе, составленной Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова, это электив с профориентационным уклоном, задуманный в то же время для творческой реализации школьников. Нюанс в том, что почва преподавания медиа в школах – если говорить о современном контексте – почти не исследована, и здесь мы вновь обращаемся к призыву «поиска новых моделей». Рассмотрим проблемы, с которыми сталкиваются медиапедагоги, на материале статьи А.Е. Лукичева [6].

Конфликт между педагогом, транслирующим знания, и получателем этих знаний (то есть школьником). Суть данного конфликта в том, что большинство преподавателей по-прежнему придерживается традиционных методик (так называемое «линейное» преподавание: например, формат лекции), в то время как представители цифрового поколения попросту не усваивают информацию в таком виде. Это вызывает негатив со стороны педагога и делает коммуникацию неэффективной.

Восприятие педагога как субъекта, «ограничивающего творческую свободу школьника», его «права на поиск и выбор» [6]. Эта проблема, как нам видится, исходит сугубо из ситуации отсутствия диалога между учителем и учеником вследствие приверженности педагогов «старой формации» классическим стратегиям и форматам, недостаточной технической подготовки.

Впоследствии мы рассмотрим, как можно решить эту проблему.

В этой связи вновь актуализируется вопрос личности медиапедагога, его персональных качеств и профессиональных компетенций.

Практикующие специалисты подтверждают: сегодня медиапедагог должен быть не просто учителем журналистики, но психологически подкованным и близким по духу современным школьникам. Чтобы вырабатывать собственные образовательные стратегии, необходимо экспериментировать и активно задействовать возможности цифровой среды. Без этого практического опыта невозможно представить себе профессию современного журналиста.

В рамках данного исследования мы провели анонимное анкетирование учащихся медиакласса московской школы, посещающих спецкурс «Журналистика и медиа». Респондентам было предложено ответить на 10 открытых вопросов по форме и содержанию электива, а также оставить комментарии в свободной форме. Важно отметить, что практика «обратной связи» – неотъемлемый элемент эффективной коммуникации и инструмент выстраивания диалога между учителем и учеником.

Эта практика практически не используется в государственных школах в силу сложившейся традиционной модели обучения и «обязательности» основных школьных предметов, а также нередко из-за авторитарной позиции учителей; однако именно этот демократический метод позволяет школьникам быть услышанными и вовлечься в образовательный процесс. Простыми словами, это подчеркивает значимость личности учащегося и сокращает психологическую дистанцию между ним и педагогом.

Автор данной статьи – молодой практикующий медиапедагог с высшим образованием журналиста (НИУ ВШЭ). Целью анкетирования автор предполагал выявление закономерностей в ответах учеников и получение информации о целесообразности собственного метода преподавания. Кроме того, на основании полученных ответов на вопросы анкеты автору удалось сделать вывод о том, какие характеристики медиапедагога представляют ценность для самих учащихся.

Вопрос: у тебя были какие-нибудь ожидания от курса в начале года? Если да, какие? Они оправдались?

A: *В начале года было ощущение, что это будет проходной курс, который просто нужно отсидеть. Я имею в виду, что школа ставит факультатив просто по ГОСТу и информации о журналистике как таковой не будет. Мои ожидания не оправдались!*

B: *Я думала, что на журналистике мы будем заниматься в основном практикой (интервью, репортажи, съемки). В основном мои надежды оправдались. Мне правда интересно здесь заниматься, у нас очень много практики, уроки проходят интересно, а главное – в дружелюбной атмосфере.*

C: *Думала, что будем много работать со статьями, писать их, обрабатывать разную информацию, много общаться с людьми, возможно, даже в каких-то анонимных чатах (учиться заводить непринужденный диалог с собеседником).*

D: *В начале года у меня имелось смутное представление о таком предмете, как журналистика. Поэтому четких ожиданий не было. В моей голове это были уроки о теории работы журналиста, интервью, написание статей/новостей. В последующем так и оказалось, но уроки были более интересные, освещали работу журналиста с разных сторон, о которых я не догадывалась.*

Вопрос: опиши своего преподавателя. Как, на твой взгляд, он/она подходит на роль медиапедагога? Почему да/нет? Выдели 3 основные характеристики.

A: *Мой преподаватель яркая и энергичная девушка. Я думаю, что она подходит на роль медиапедагога, так как обладает качествами, которые нужны для обучения учеников профессии журналиста. Она умеет грамотно и интересно объяснять и распределять материал. Делает уроки интереснее и нагляднее. Также, помимо того, чтобы просто давать информацию, она дает нам возможность закрепить на практике изученное с помощью домашних заданий. Еще наш преподаватель коммуникабельна и умеет найти общий язык с каждым*

из учеников, что очень важно для взаимодействия на занятиях.

B: *Очень дружелюбная и понимающая девушка, с ней можно поговорить не только про курс, но и про то, что тебя волнует в жизни, она всегда поможет. У моего преподавателя очень красивая речь, грамотная речь. Основные характеристики:*

- *доброта;*
- *понимание;*
- *ответственность.*

C: *Мой преподаватель отлично подходит на роль медиапедагога, так как она молода и, таким образом, хорошо понимает нас и наши трудности, ситуации, желания. Она прекрасно знает, как применить знания на практике и на что следует сделать акцент при подаче информации. Она отзывчивый человек, готовый всегда протянуть руку помощи, дополнительно что-либо объяснить и рассказать.*

D: *Я считаю, что мой преподаватель подходит на роль медиапедагога. Она действительно готовится к урокам, старается, чтобы все было интересно. И у нее это превосходно получается. Главные, на мой взгляд, характеристики, которые описывают хорошего педагога:*

1. Объясняет доступным языком с нотками юмора, чтобы уроки были не такими однообразными и обучение действительно приносило удовольствие.

2. Дружелюбие. Не давит, выслушивает, может поговорить в свободное от уроков время (в неформальном стиле).

3. Учитель заинтересован в предмете. Ему действительно хочется поделиться своим опытом и знаниями.

И всеми этими качествами обладает мой учитель. Я всегда с нетерпением жду уроков журналистики, ведь именно этот курс приносит мне большое удовольствие от процесса обучения.

Как следует из ответов респондентов, ценными **личностными** качествами педагога для учащихся являются: дружелюбие и расположенность к аудитории; личная заинтересованность в предмете; отзывчивость; энергичность; ответственность.

Важными **профессиональными** качествами учащиеся назвали юмористическую подачу материала; коммуникабельность; способность грамотно распределить и подать материал; практикоориентированность в преподавании.

Кроме того, ценной «переменной» в комплексном портрете личности медиапедагога для учащихся является **возраст.** Особенно важна эта переменная для преподавателя такой «живой» дисциплины, как *журналистика:* понимание тонкостей и особенностей постоянно меняющейся медиасреды возможно уловить только постоянно находясь в этой медиасреде, изучая тенденции и пребывая в одном информационном поле с представителями поколения Z.

С одной стороны, медиапедагог обладает опытом и демонстрирует его на практике – то есть имеет реальный авторитет в глазах учеников, с другой – находится с ними «на одной волне» за счет небольшой разницы в возрасте и погруженности в актуальную медиаповседневность.

В рамках опроса десятиклассники также рассказали, как лучше усваивают информацию, чем медиакурс отличается от других школьных предметов и что, на их собственный взгляд, мешает им в обучении («слабые стороны»).

По словам школьников, основные проблемы, мешающие им эффективно учиться – «лень», «нехватка времени», «ограниченный кругозор», «проблемы с грамотностью». В то же время большинство респондентов отметили, что при заинтересованности в предмете перебороть лень намного проще. 100% опрошенных считают, что спецкурс «Журналистика и медиа» принципиально отличается от всех школьных предметов. Его выгодно отличают «творческая направленность», «расслабленная атмосфера» и ориентация на жизнь, то есть подготовка к реальной современной профессии. Для учащихся важно осознавать, что курс дает базу, которая пригодится в будущем.

На наш взгляд, полученные результаты свидетельствуют о высокой степени осознанности учащихся и их готовности к погружению в предмет.

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

Современный журналист – «конвергентный» журналист?

«Конвергентный скачок» [3] в журналистике – тренд далеко не новый. О тенденции перехода к мультимедиа говорили еще в начале 2000-х годов; к сегодняшнему дню прогнозы стали реальностью и даже обыденностью. Сегодня журналист – это специалист, обладающий широким спектром компетенций, в буквальном смысле «универсальный солдат».

Конвергентный журналист обладает мультимедийным мышлением и такими навыками, как:

- съемка видео- и фоторепортажей;
- владение компьютерными программами (главным образом, монтажными);
- ориентирование в Интернете при работе с качественными источниками, в том числе в сфере блогинга;
- качественное, оперативное производство новостей для онлайн-ресурсов;
- обработка, последующая передача большого объема данных вместе с аудио и видео [3].

Перед тем как готовить школьников к подобной разноплановой деятельности, нужно оценить уровень их базовой профессиональной подготовленности. Речь в данном случае идет об общегуманитарном культурном уровне, умении четко и грамотно (по-журналистски) выражать мысли, формулировать собственные идеи и коммуницировать с разными людьми.

Это видится более важным, чем погрузить учащегося в «конвергентность» уже на этапе школьного спецкурса – в текущих реалиях техническая подкованность и умение ориентироваться в цифровом пространстве и без того являются сильными сторонами учеников. Того же, однако, нельзя сказать об их кругозоре и основном навыке журналиста – владении словом, чувствовании текста и его стилистических особенностей.

На данном этапе мы возьмем на себя смелость сформулировать основные направления, которым необходимо уделять внимание в процессе преподавания медиаспецкурса. Понимая психологические особенности digital natives, их точечные запросы и обладая практическим опытом преподавания, автор выделил следующие блоки:

1. Индивидуальная практика: развитие навыка свободного письма, развитие лексики через творческие упражнения.

Примеры:

А) Фрирайтинг – практика вхождения в «писательский поток», способствующая выражению мыслей в свободной форме, не ограниченной форматом и жанром. Аналог писательского дневника.

Б) Словарь с упражнениями на проработку лексики – подбор эпитетов, «фразы-картинки» и т.д.

2. Развитие навыка коммуникации: в парах, мини-группах, задания на коммуникацию с «третьими лицами» (запись ответов на диктофон, репетиция интервью).

Для школьников крайне важна практика общения – как формального, так и неформального. Выработать в себе смелость и проработать страх взаимодействия с людьми – необходимость для журналиста. Помня о том, что зумеры привыкли скорее «наблюдать и отмалчиваться», чем вступать в диалог с человеком вне виртуальной среды, нужно предлагать учащимся чаще практиковать «вовлеченность в жизнь».

3. Расширение кругозора через дополнительные литературные и другие медиаисточники. В том числе по смежным темам (литература, обществознание): интервью с журналистами, веб-сериалы, статьи, фильмы.

Нельзя не учитывать фактор «клипового мышления» зумеров: сведения запоминаются и усваиваются отрывочно, напоминая пазл. Видеоформат привычен и воспринимается ими с легкостью, поэтому видеоматериалы необходимо включать в программу.

Примеры:

А) Просмотр документального веб-сериала «Знаковые места русской литературы» (2022) с последующим обсуждением материала. Сериал представляет собой 25-минутные видеоэссе с молодыми актерами.

Фактор вовлечения: близкий формат, динамичная съемка, отвечающая визуальным трендам. *Фактор пользы:* литературная тема –

произведения, которые школьники проходят по программе.

Б) Просмотр интервью с американским журналистом Ларри Кингом, анализ его авторских приемов.

4. Теория в минимальном объеме, ставка на практическое подкрепление, выполнение письменных заданий, обратная связь с коррекцией ошибок – в том числе лексических, грамматических.

Возвращаясь к «клиповому мышлению»: с учетом влияния этого фактора занятия необходимо делать динамичными. На практике это значит, что в рамках занятия школьников надо «переключать» с одного вида деятельности на другой. Это будет способствовать удержанию внимания и концентрации учащихся. Наличие подробной обратной связи по выполненным заданиям также необходимо: творческая направленность спецкурса затрудняет объективность оценок, однако «оценивать» работы можно и по другим критериям: соответствие текста жанру, лексическая насыщенность, уместность употребления слов и т.д.

ВЫВОДЫ

- В процессе исследования составлен краткий психологический портрет представителей поколения Z, или digital natives;
- Предложены решения проблем, с которыми сталкиваются медиапедагоги, с учетом практического опыта автора и анкетирования учащихся;
- Определены условия успешного взаимодействия медиапедагога с учащимися;
- Составлен перечень практических рекомендаций для преподавателей медиаспецкурса в школах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, траектория медиаобразования в школах сегодня должна быть выстроена с учетом актуальных тенденций. В контексте школьной среды медиапедагог – уникальное явление, проводник во взрослый мир, одновременно учитель, психолог и друг.

Чтобы обучение было эффективным, педагогу необходимо учитывать когнитивные и поведенческие особенности поколения, активно задействовать цифровые возможности школьного пространства и выстраивать с учащимися диалог. Комбинация традиционных методов преподавания с современными, прогрессивными даст возможность «отрепетировать» роль журналиста и подготовить школьников для дальнейшего погружения в профессию.

Нам видится, что самая важная задача специалиста в области медиаобразования – *не вложить в человека информацию о чем бы то ни было, а «извлечь» ее из него* [2]. В нашем случае – раскрыть коммуникационный потенциал школьников и, насколько это возможно в рамках медиаспецкурса, помочь им развить эмоциональный интеллект. В сегодняшних реалиях это одни из наиболее значимых soft skills.

Литература

1. Авдулов А.Н., Кулькин А.М. Классификация информационных технологий / Грант РФФИ, проект № 02_06_80004.

2. Жилавская И.В. О современной концепции медиаинформационной грамотности и медиаобразования [Электронный ресурс] // Медиа. Информация. Коммуникация (MIC). 2012. № 3. URL: https://mic.org.ru/vyp/3-nomer-2012/o-sovremennoy-kontseptsii-mediainformatsionnoy-gramotnosti-i-mediaobrazovaniya-.

3. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М.: Аспект Пресс, 2010. 200 с.

4. Иванов Д. Глэм-капитализм (Мир брендов, трендов и трэша). СПб.: Страта, 2015. 138 с.

5. Конвергентная журналистика: что это такое, примеры, как работает конвергенция в медиа [Электронный ресурс]. URL: https://om-saratov.ru/blogi/22-september-2021-i103-400-konvergentnaya-jurnalist?ysclid=ldhpl94taf587013552.

6. Лукичев А.Е. Компетенции медиапедагога в современной цифровой среде // Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 3. С. 59–66.

7. «По уму: что говорят наука и статистика о поколении Z» [Электронный ресурс]. URL: http://genz.style.rbc.ru/article-11.html.

8. Хвостик Е. «Ходячее несоответствие обществу и прошлым поколениям» [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2021. 3 мая. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4800125.

9. Шишкунова В.А. Теория поколения: понятие и характеристика // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2017. Т. 3, № 13. С. 882–884.

References

1. Avdulov A.N., Kul'kin A.M. *Klassifikatsiya informatsionnykh tekhnologii: Grant RFFI, proekt № 02_06_80004* [Classification of information technologies: RFBR grant, project No 02_06_80004] (in Russian).

2. Zhilavskaya I.V. On the modern concept of media and information literacy and media education. *Media. Informatsiya. Kommunikatsiya (MIC)*, 2012, no. 3. Available at: https://mic.org.ru/-vyp/3-nomer-2012/o-sovremennoy-kontseptsii-mediainformatsionnoy-gramotnosti-i-mediaobrazovaniya- (in Russian).

3. Kachkaeva A.G., ed. *Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timediinye* [Journalism and Convergence: Why and How Traditional Media Are Turning into Multimedia]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2010, 200 p. (in Russian).

4. Ivanov D. Glem-kapitalizm (Mir brendov, trendov i tresha) [Glam Capitalism (World of Brands, Trends and Thrash)]. St. Petersburg, Strata Publ., 2015, 138 p. (in Russian).

5. Convergent Journalism: What It Is, Examples of How Convergence Works in Media. Available at: https://om-saratov.ru/blogi/22-september-2021-i103400-konvergentnaya-jurnalist?ysclid=ldhpl94taf587013552 (in Russian).

6. Lukitchyov A.E. Media Teacher's Competences in Contemporary Digital Environment. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 3, pp. 59–66. DOI: 10.48023/2411-7943_-2022_10_3_59 (in Russian).

7. "On the Mind: What Science and Statistics Say About Generation Z". Available at: http://genz.style.rbc.ru/article-11.html (in Russian).

8. Khvostik E. "Walking incongruity with society and past generations". Available at: https://www.kommersant.ru/-doc/4800125 (in Russian).

9. Shishkunova V.A. Theory Generation: The Concept and Characteristics. *Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavtiki*, 2017, vol. 3, no. 13, pp. 882–884 (in Russian).

Информация об авторе / Information about the author

Дальнева Анна Михайловна
медиапедагог, Измайловская школа № 1508
(*105043, Москва, ул. Первомайская, д. 65*)
dalneva@yandex.ru

Anna M. Dal'neva
Media teacher, Izmailovo School No. 1508
(*65, Pervomayskaya str., Moscow, 105043 Russia*)
dalneva@yandex.ru

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

УДК 371 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_79

ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА ШКОЛЫ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

В.П. Комиссаров

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7889-7565

Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, г. Чебоксары, Россия

АННОТАЦИЯ

Цель статьи *– показать, что информационно-образовательная среда современной школы кардинально изменилась. Этому способствовало появление новых организационных форм обучения журналистике: медиаклассов, медиацентров, медиастудий, которые создают качественный контент и тиражируют его как в школе, так и за ее пределами.*

Методы и материалы *включают в себя теоретическое обоснование необходимости появления таких форм создания информационно-образовательной среды в школе, как медиаклассы и другие структуры, а также обобщение наиболее интересного опыта этих новых форматов в школах Чувашской Республики.*

Результаты исследования. *Показано, что в своей деятельности медиаклассы и другие подобные форматы объединили два равновеликих фактора: современные технологии, с помощью которых создаются новые журналистские форматы, и состояние кардинально изменившегося субъекта образования, то есть самого ученика, который живет в виртуальном мире, являющемся практически его средой обитания. Обобщен опыт проекта МАОУ «СОШ № 59» (г. Чебоксары, Чувашская Республика), в которой создан мобильный медиакласс для детей с ограниченными возможностями здоровья. Производство контента обеспечивают школьная медиастудия «Новый взгляд» и инклюзивная типография «Доброе слово». Созданная инновационная образовательная среда адаптирована к особенностям детей с ОВЗ (с разными нозологиями). В нее также вовлечены обучающиеся, не имеющие ограничения здоровья. Этот опыт имеет последователей, в частности МБОУ «СОШ №2» г. Шумерля, в которой также действует школьный медиакласс.*

Выводы. *Создаваемый в медиаклассах контент доступен как на специализированных образовательных платформах, так и в социальных сетях. Тем самым они включают школу в единое информационное пространство страны.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Информационно-образовательная среда, медиакласс, медиацентр, медиастудия, мобильный медиакласс, новые технологии, мультимедийный ресурс, традиционная журналистика, социальные сети.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Комиссаров В.П. Информационно-образовательная среда школы: новые возможности // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 79–85. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_79.

INFORMATION-EDUCATIONAL SCHOOL ENVIRONMENT: NEW OPPORTUNITIES

Valery P. Komissarov

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7889-7565

I.N. Ulyanov Chuvash State University, Cheboksary, Russia

ABSTRACT

The ***object of the research paper below*** *is to show the drastic changes in the information-educational environment of contemporary school. The emergence of new organizational forms of teaching journalism has contributed to the process. These forms are presented by media classes, media centers, media studios which all create high quality content and disseminate it both at school and well beyond it.*

Methods and materials *include the theoretical grounding of the necessity of emergence of such forms of creating the information-educational environment at school, as media classes and other structures. The most interesting experience in applying these new forms in the Chuvash Republic schools is generalized as well.*

Research findings *reveal that media classes and other similar formats have united in their activities two equivalent factors: modern technologies by means of which new journalistic formats are created, and the state of the dramatically changed subject of education, in other words, a student who lives in the virtual world which has literally become their natural habitat. There have been generalized the results of the project of Municipal Autonomous Educational Institution (MAEI) "Comprehensive School No. 59", the city of Cheboksary, the Chuvash Republic. The aim of the project was to create a media class for special needs children. Content creation was provided by school media studio "Novy Vzglyad" ("New Look") and the inclusive print shop "Dobroye Slovo" ("Kind Word"). The newly-created innovative educational environment is adapted for special needs children (with various forms of nosology). Ordinary children are also involved with the project. The project has a number of adherents, for example, Municipal Budgetary Educational Institution (MBEI) "Comprehensive School No. 2" in the town of Shumerlya where there is a media class as well.*

Conclusions. *The content created in media classes is accessible both via educational platforms and social networks, thus making school an integral part of the country's unified information space.*

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

KEYWORDS
Information-educational environment, media class, media centre, media studio, mobile media class, new technologies, multimedia resource, conventional journalism, social networks.

FOR CITATIONS
Komissarov V.P. Information-Educational School Environment: New Opportunities. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 79–85. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_79 (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня общеобразовательная школа живет в новых реалиях цифровой информационно-образовательной среды. Она включает в себя традиционную журналистику, то есть печать, радио, телевидение, и параллельно ей социальные сети как новые медиа. Профессор Е.Я Дугин, отмечает: «Все более ощутимые реалии информационного общества, в основе которого лежит производство, потребление и распространение информации, выдвигают в качестве центральной проблемы научное познание социальных информационно-коммуникативных процессов» [7. С. 80].

В школе эти процессы находят практическое применение в разных формах. Наиболее эффективными показали себя медиаклассы, медиацентры, медиастудии и другие структуры, число которых постоянно увеличивается в разных регионах страны. Их усилиями формируется цифровая информационно-образовательная среда образовательного учреждения.

Поэтому цель данной статьи = показать, что появление новых организационных форм обучения журналистике в виде медиаклассов, медиацентров, медиастудий позволяет создавать качественный контент и тиражировать его не только в замкнутом пространстве школы, но и далеко за ее пределами.

Объект исследования – информационно-образовательная среда школы. Предмет исследования – ее новые возможности, в данном случае новые форматы обучения журналистике в школах Чувашии, которые создают в них информационно-образовательную среду. В ее в рамках изменяются производство, потребление и распространение информации.

Для обозначенной цели данного исследования нами обозначены следующие задачи:

- теоретически обосновать необходимость появления такой формы создания информационно-образовательной среды в школе, как медиаклассы, медиацентры, медиастудии и другие структуры;
- обобщить наиболее интересный опыт этих новых форматов в школах Чувашской Республики.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Данное исследование в своей основе базируется на ряде работ, посвященных обоснованию процессов, которые происходят в отечественной журналистике. Прежде всего это труды И.Н. Деминой [1], И.М. Дзялошинского [2], Е.Я. Дугина [3], А.А. Калмыкова, Л.А. Кохановой [6] и др. Они позволяют утверждать, что начиная с 2000-х годов российская журналистика качественно изменилась. Этому во многом способствовали современные технологии, благодаря которым этот вид деятельности был обеспечен новыми видами связи, передачи данных и контента. Как утверждают исследователи, совокупность этих технологий получила название «цифровых». Это означает, что доступным стало распространение любого вида контента в реальном времени с разумными затратами.

Безусловно, эти процессы затронули и общеобразовательную школу, в которой традиционно развивались школьные печать и радио, а со временем стало появляться и школьное телевидение. Сегодня, когда и в школу пришли новые технологии, они оказали существенное влияние не только на само образования, но обозначили необходимость обновления информационно-образовательной среды. В рамках учебного заведения стало возможным создавать технологически новый мультимедийный ресурс.

В работах С.В. Журавлевой [4], Е.О. Ивановой, И.М. Осмоловской [5], В.А. Смирновой [8] и др. дается характеристика информационно-образовательной среды в новых реалиях. Так, И.Н. Мовчан полагает, что под ней надо понимать «совокупность всех условий, реализуемых на базе информационных и коммуникационных

технологий, которые направлены на осуществление образовательной деятельности, способствующей формированию профессионально значимых и социально важных качеств личности в условиях информатизации общества» [7. С. 56].

Вполне закономерно, что такие форматы, как медиаклассы, медиацентры, медиастудии, являются продуктивными в образовательном процессе. Более того, они включают школу в единое информационное пространство России. И.Н. Мовчан пишет: «При этом информационно-образовательная среда образовательного учреждения легко впишется в информационные среды более высокого уровня, единую информационно-образовательную среду региона и страны» [7. С. 56].

Эти теоретические положения находят свое выражение в практической деятельности образовательных учреждений страны. Рассмотрим, каким образом эта тенденция реализуется на примере Чувашской Республики.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В последние годы в школах Чувашии начали осознавать потребность в медиаклассах, медиацентрах, медиастудиях и других подобных структурах. Несмотря на сравнительно небольшой срок их существования, уже можно говорить об интересном опыте, который требует обобщения. Его анализ стал целью данного исследования.

Создание медиаклассов и других подобных форм, которые кардинально изменили информационно-образовательную среду школы, – это по сути обучение детей журналистике. Смысл этой профессии – создавать и тиражировать информацию, востребованную обществом. Благодаря появлению таких новых форм организации журналистского творчества в школе удалось сегодня создавать усилиями учеников во взаимодействии с преподавателями такой контент, который востребован как в школе, так и вне ее.

Сегодня его профессиональный уровень определяется техническими возможностям школы, которые не всегда одинаковы. Но от этого во многом зависят эффективность работы школы и качество той информационно-образовательной среды, которую она создает. Понимая это, создавая новые форматы организации журналистской деятельности, будь то медиакласс или медиастудия, школа стремится сформировать современную технологическую базу для работы начинающих журналистов.

При этом учитывается еще один немаловажный фактор – на данный момент кардинально изменившийся и субъект образования, то есть сам ученик. Современный школьник живет в виртуальном мире. Это практически его среда обитания. Это вполне закономерно, так как учащиеся с первого по одиннадцатый класс родились в тот период, когда уже существовали компьютер, Интернет, мобильный телефон и масса других постоянно обновляющихся устройств. Они воспринимают их как естественные атрибуты, повышающие их качество жизни и делающие ее комфортной. Поэтому они считают это крайне важным для себя.

Исследователи обратили внимание на значимость этого фактора еще почти десять лет тому назад. По результатам исследования «Цифровой компетентности подростков и родителей», которое проводилось Фондом развития Интернета и факультетом психологии МГУ имени М.В. Ломоносова в 2013 году, были получены шокирующие на тот момент данные. Большая часть респондентов (69%) поставили Интернет на второе место после друзей и родственников как значимые для себя [9].

Полагаем, что спустя годы эта зависимость только усилилась, так как в современной школе уже учатся дети участвующих в опросе респондентов. Поэтому вполне закономерно, что с учетом запросов школьной аудитории в медиаклассах в школах Чувашии ориентируются на высокотехнологичные виды журналистской деятельности. Анализ их деятельности показал, что это тележурналистика, радиожурналистика, фотожурналистика, медиакоммуникации в социальных сетях, реклама и связи с общественностью.

Причем даже если идет речь о газете или журнале, которые по-прежнему выходят в школе, то они рассматриваются как в печатной, так и онлайновой версии. Это говорит о том, что вся традиционная журналистика тоже сегодня уже существует в Интернете. Социальные сети стали новым и самостоятельным каналом передачи

информации в добавление к ним, преобразовав систему средств массовой информации (СМИ) в систему медиа.

Отсюда и пошло название «медиаклассы», «медиастудии», «медиацентры» и др. Это во многом расширило журналистскую деятельность, сделало ее медийной. Поэтому вполне закономерно, что школьники, участвующие в деятельности медиаклассов, медиацентров, медиастудий, развивают и совершенствуют навыки цифровой грамотности, коммуникативные навыки, учатся использовать социальные сети в качестве инструмента для совместной классной или групповой работы, а также как способ обмена информацией ученика и преподавателя.

В этом плане достаточно результативным оказался проект МАОУ «СОШ № 59» (г. Чебоксары, Чувашская Республика). В школе создан не просто медиакласс, а мобильный медиакласс для детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Причем в школе функционируют также школьная медиастудия «Новый взгляд» (проект-победитель конкурса ТОПШкола–2017 Рыбаков Фонда), созданная на основе инклюзивной киностудии «Новый взгляд» (проект-победитель грантового конкурса «Православная инициативна 2016–2017), и инклюзивная типография «Доброе слово» (проект-победитель международного грантового конкурса «Православная инициатива 2019–2020) (https://obr.so/mobilnyj-mediaklass-dlya-detej-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami-zdorovya/).

Имея такую современную технологическую базу, педагоги школы задались целью научить детей создавать качественный контент. Это у них во многом получилось. Причем речь идет о детях с ограниченными возможностями здоровья. Здесь важно обратить внимание на то, что именно технологическая оснащенность позволила педагогам вовлечь в процесс подготовки журналистского контента категорию детей, которая раньше была лишена такой возможности.

Как видим, в своей деятельности они объединили два фактора. Прежде всего это современные технологии, с помощью которых создаются новые журналистские форматы. В рамках проекта были адаптированы цифровые образовательные ресурсы для того, чтобы каждый ребенок, вне зависимости от состояния своего здоровья, получил возможность заниматься созданием журналистского продукта.

Сегодня они снимают и монтируют свой авторский контент фактически в любом месте: в школе, дома, на территории предприятий, вузов, музеев и театров, общественных организаций. Причем они его создают в формате медиагидов, что позволяет размещать этот контент как на специально разработанной цифровой платформе, так и в социальных сетях.

Это говорит о том, что педагоги этой школы учли и интересы современного школьника, для которого вне зависимости от его состояния здоровья виртуальная среда значима в его жизни. Именно поэтому они посчитали для себя возможным не только обозначить существующую в современном образовании острую проблему активного участия детей с ограниченными возможностями здоровья в жизни общества, но и реализовать программы дополнительного образования, в которых участвуют как нормотипичные школьники, так и дети с особыми потребностями. До недавнего времени они не могли по состоянию здоровья посещать кружки и секции или были ограничены лишь дистанционными формами дополнительного образования.

Как показал анализ, данный проект позволил создать в этой школе инновационную цифровую образовательную среду, которая адаптирована к особенностям детей с ограниченными возможностями здоровья (с разными нозологиями). Создание для них мобильного медиакласса способствует их социализации, профориентации, формированию их коммуникативных и межпредметных навыков, открывает для таких детей путевку в жизнь.

Но при этом не забыты и обычные дети, то есть обучающиеся, не имеющие ограничения здоровья. Они также активно вовлечены в реализацию проекта мобильного медиакласса. Они являются юными наставниками – медиаволонтерами, а по сути – соавторами создания мультимедийного контента. Благодаря этому в школе существенно расширена инклюзивная образовательная среда.

Следует отметить, что педагоги, создавая такой мобильный медиакласса, брались за новое для них дело. Поэтому обучение их самих стало первой необходимостью. Для этого были разработаны методические рекомендации по развитию навыков журналистского творчества детей с ОВЗ. В практику вошли вебинары для них, на которых они сами осваивали новые методики. Активное участие в этом процессе приняли журналисты ведущих средств массовой информации Чувашской Республики.

Такое сотрудничество позволило сосредоточить внимание не только на формате подачи информации, но и на ее тематике. Это, безусловно, хорошо, что разработана и внедрена современная цифровая онлайн-платформа для размещения авторских медиагидов, созданных детьми с ОВЗ. Но немаловажный вопрос, а о чем им писать, что снимать, что монтировать.

На сегодня четко определились четыре тематических направления «Мир профессий», «Мир науки», «Мир культуры и искусства», «Мир добровольчества». Создаваемый учащимися по этим тематикам контент лишь подтверждает, что предназначение школьной журналистики заключается в анализе происходящих в учебном заведении событий, в аргументированном разговоре со своей средой, а не только в скоростной подаче новостей. Так, профессор Е.Я. Дугин считает, что «идеи смыслопорождения и стимулирования у различных групп аудитории спроса на смысл может и должно стать ведущей функцией деятельности СМИ» [3. С. 93].

Школьная журналистика создает смыслы, а значит, она представляет интерес для более широкой аудитории. Именно грамотно продуманная тематика позволила выйти школьной журналистике за ее стены и стать равноправной в социальных сетях.

Сегодня результаты работы этой школы нашли признание у коллег. Выступление руководителя школьной медиастудии «Новый взгляд» Н.В. Ивановой на городской научно-практической конференции педагогических работников «Перспективные технологии и инновации в практике современного образования» в ноябре 2021 года вызвало большой интерес.

Это далеко не единственный пример. Владимир Авданов, руководитель Студвестника Чувашского ГАУ пишет: «Я считаю, что это очень ценный опыт, как для студенческих объединений, так и для школьных пресс-центров, потому что это уникальный формат, когда обычные студенты могут прикоснуться к официальным СМИ» (https://vk.com/studvestnik_ch?w=wall-9326956_11088).

Как видим, по мере развития этого проекта шло последующее внедрение его результатов в общеобразовательных коррекционных школах, детских домах для детей с ОВЗ в Чувашии и других регионах страны. Очевидно, не случайно количество школ, в которых появляются медиакклассы, медиацентры, медиастудии, в Чувашии постоянно растет.

Остановимся лишь еще на одном примере – в МБОУ «СОШ № 2» г. Шумерля также действует школьный медиакласс. В его рамках школьники создают авторский медиаконтент в аудио- и видеоформате. Например, учащиеся готовят серии тематических видеороликов. В одной из таких серий под названием «SCAM» даются советы, как вести свои странички в социальных сетях и при этом избежать типичных ошибок, которые делают практически все начинающие. По сути, этот выпуск, как, впрочем, и другие, учит информационной грамоте. Примечательно, что видеоролики школьники снимают самостоятельно, но обязательно обращаются за помощью к руководителям медиакласса.

Профессиональная деятельность этой школы также высоко оценивается в профессиональном сообществе. Медиакласс МБОУ «СОШ № 2» г. Шумерля в сентябре 2022 года стал победителем в номинации «Лучший школьный медиахолдинг» XXXII Международного фестиваля юношеских СМИ и киностудий «Волжские встречи».

В данном случае мы сконцентрировали внимание на производстве мультимедийного контента, что стало по силам как обычным школьникам, так и детям с ограниченными возможностями здоровья. Но современные технологии не только позволили им создавать по возможности профессиональный контент, но изменили его потребление и тиражирование информации.

Более того, создаваемый в медиаклассах, медиастудиях, медиацентрах контент становится доступен не только на специализированных образовательных платформах, но и в социальных сетях. Так, об опыте «мобильного медиакласса МАОУ «СОШ № 59» (г. Чебоксары, Чувашская Республика)» можно узнать в социальных сетях «Одноклассники», «ВКонтакте» и др. Сама школа ведет свой блог «Жизнь школы № 59», который представляет собой дневник о творческой деятельности в этом коллективе.

Есть и личный блог и у Натальи Васильевны Ивановой, учителя истории и обществознания МАОУ «СОШ № 59» (г. Чебоксары, Чувашская Республика)». Она – инициатор проекта «Мобильный медиакласс для детей с ограниченными возможностями здоровья». В нем она рассказывает о себе и о проекте, а по сути, создает его летопись в онлайне. «Открываем миры без границ», – как считает автор блога.

ВЫВОДЫ

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- информационно-образовательная среда современной школы кардинально изменилась;
- во многом этому способствовало появление новых организационных форм обучения журналистике в виде медиаклассов, медиацентров, медиастудий;
- в своей деятельности они объединили два равновеликих фактора: современные технологии, с помощью которых создаются новые журналистские форматы, и состояние кардинально изменившегося субъекта образования, то есть самого ученика, который живет в виртуальном мире, являющемся практически его средой обитания;
- в рамках новых образовательных форматов школьники получили возможность создавать качественный контент и тиражировать его не только в замкнутом пространстве школы, но и далеко за ее пределами, в том числе в социальных сетях;
- заслуживает внимания проект МАОУ «СОШ № 59» (г. Чебоксары, Чувашская Республика), в которой создан мобильный медиакласс для детей с ограниченными возможностями здоровья. Производство контента обеспечивают школьная медиастудия «Новый взгляд» и инклюзивная типография «Доброе слово»;
- данный проект позволил создать в этой школе инновационную цифровую образовательную среду, которая адаптирована к особенностям детей с ограниченными возможностями здоровья (с разными нозологиями). Создание для них мобильного медиакласса сегодня способствует их социализации, профориентации, формированию коммуникативных и межпредметных навыков, открывает для таких детей путевку в жизнь;
- в реализацию проекта мобильного медиакласса также активно вовлечены и обычные дети, то есть обучающиеся, не имеющие ограничения по здоровью. Они являются юными наставниками – медиаволонтерами, а по сути – соавторами создания мультимедийного контента. Благодаря этому в школе существенно расширена инклюзивная образовательная среда;
- данный опыт создания медиаклассов, медиацентров, медиастудий в Чувашской Республике становится востребованным. Появляются новые адреса их появления, в частности МБОУ «СОШ № 2» г. Шумерля, в которой также действует школьный медиакласс;
- создаваемый в медиаклассах, медиастудиях, медиацентрах контент становится доступен не только на специализированных образовательных платформах, но и в социальных сетях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, информационно-образовательная среда школы расширила свои границы. Она легко вписывается в информационные среды более высокого уровня, единую информационно-образовательную среду региона и страны.

Но это не умаляет роль школьных средств массовой информации, а только предъявляет к ним более высокие требования. Опыт ряда медиаклассов и других подобных образований это подтверждает. Они пытаются создавать свои

ресурсы в сети и делать их центрами притяжения своей школьной аудитории. Это дает им возможность целенаправленно обучать ее не только цифровой грамотности, но и жизни, открывать миры без границ.

Литература

1. Демина И.Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 172–181.

2. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. М.: Аспект Пресс, 2015. 312 с.

3. Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистика // Журналист. Социальные коммуникации. 2015. № 3-4(1920). С. 81–102.

4. Журавлева С.В. Сущность информационно-образовательной среды школы // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2017. № 2. С. 19–23.

5. Иванова Е.О., Осмоловская И.М. Дидактические требования к информационно-образовательной среде и ее компонентам // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 5. С. 19–24.

6. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 383 с.

7. Мовчан И.Н. Информационно-образовательная среда образовательного учреждения // Электротехнические системы и комплексы. 2015. № 3(28). С. 55–58.

8. Смирнова В.А. Особенности формирования современных информационно-образовательных сред // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 6. С. 38–43.

9. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Г.У. Солдатова, Т.А. Нестик, Е.И. Рассказова, Е.Ю. Зотова. М.: Фонд Развития Интернет, 2013. 144 с.

References

1. Demina I.N. Methodological Approaches to the Mission and Purpose of Media System. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2013, no. 1, pp. 172–181 (in Russian).

2. Dzyaloshinskii I.M. *Sovremennoe mediaprostranstvo Rossii* [Modern media space of Russia]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2015, 312 p. (in Russian).

3. Dugin E.Ya. Methodological turn of research of information and communication systems and journalism. *Zhurnalist. Sotsial'nye kommunikatsii*, 2015, no. 3-4(1920), pp. 81–102 (in Russian).

4. Zhuravleva S.V. The Essence of the Information-Educational School Environment. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2017, no. 2, pp. 19–23 (in Russian).

5. Ivanova E.O., Osmolovskaya I.M. Didactic Requirements for Infor-mation and Educational Environment and its Components. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik*, 2015, no. 5, pp. 19–24 (in Russian).

6. Kalmykov A.A., Kokhanova L.A. *Internet-zhurnalistika* [Internet Journalism]. Moscow, YuNITI-DANA Publ., 2005, 383 p. (in Russian).

7. Movchan I.N. Informational and Education Environment of Educational Institution. *Elektrotekhnicheskie sistemy i kompleksy*, 2015, no. 3(28), pp. 55–58 (in Russian).

8. Smirnova V.A. Features of Modem Information and Education Environments Formation. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik*, 2015, no. 6, pp. 38–43 (in Russian).

9. Soldatova G.U., Nestik T.A., Rasskazova E.I., Zotova E.Yu. *Tsifrovaya kompetentnost' podrostkov i roditelei. Rezul'taty vserossiiskogo issledovaniya* [Digital competence of adolescents and parents. Results of the All-Russian Study]. Moscow, 2013, 144 p. (in Russian).

Информация об авторе / Information about the author

Комиссаров Валерий Петрович
кандидат филологических наук,
доцент факультета русской и чувашской филологии и журналистики, Чувашский государственный университета имени И.Н. Ульянова
(*428015, г. Чебоксары, Московский просп., д. 15*)
valerijkomissarov134@gmail.com

Valery P. Komissarov
Cand. Sci. in Philology, Associate Professor of the Faculty of Russian and Chuvash Philology and Journalism,
I.N. Ulyanov Chuvash State University
(*15, Moskovskiy Prospekt, Cheboksary, 428015 Russia*)
valerijkomissarov134@gmail.com

Идеи и новации. 2022. Т. 10, № 4

УДК 070 DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_86

ЖУРНАЛИСТСКИЙ ПРОЕКТ КАК ФОРМАТ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Ж.А. Смаль

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7253-4544

Медиашкола, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Цель статьи *– определить журналистский, или медиаобразовательный, проект как действенную педагогическую методику, востребованную ученической аудиторией. В современной школе используются различные практические методы обучения: от содержащих в себе элементы журналистики в процессе преподавания различных дисциплин до создания медиацентров и медиаклассов. Формат журналистского проекта присутствует в каждой из них.*

Материалы и методы. *На основе анализа теоретической литературы даны понятия «проект», «журналистский проект», или «медиаобразовательный проект». Основополагающей является трактовка с философской точки зрения как итог духовной и преобразовательной деятельности. Учитывается также деятельностный подход. Сформулированы основные критерии данного формата и определены основания, по которым он может быть систематизирован. Эмпирический материал представлен за 2017–2022 годы. Использовались открытые источники, основополагающие документы и собственная практика. Собраны и проанализированы более 50 журналистских проектов, которые были реализованы в школах страны.*

Результаты исследования. *Журналистский проект рассмотрен в исторической ретроспективе на примере развития школьного кинообразовательного движения в Твери. В 60-е годы прошлого века вслед за кино в школу пришли газета, радио и телевидение как следствие стандартизации всех форм образования. Сегодня Ассоциация специалистов медиаобразования реализует проект в российских школах по программе «Медиакласс в российских школах» на базе Модели медиакласса по теории Маклюэна–Жилавской.*

Выводы. *По итогам исследования доказано, что журналистский проект как формат обучения является органической попыткой свести процесс цифровизации журналистики и педагогики в единое целое.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Журналистика, медиаобразование, журналистский проект, медиаобразовательный проект, формат, педагог, школьник.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Смаль Ж.А. Журналистский проект как формат медиаобразования // Идеи и новации. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 86–92. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_86.

JOURNALISTIC PROJECT AS MEDIA EDUCATION FORMAT

Zhanna A. Smal'

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7253-4544

Media School, Moscow, Russia

ABSTRACT

*The **object** of the research paper below is to prove the efficiency of a journalistic, or in other words, media project as a teaching method which is in great demand among students. Modern schools implement a wide variety of practical teaching methods ranging from those containing the elements of journalism in the process of teaching various subjects to creating media centers and media classes. The format of a journalistic project is present in each of them.*

Materials and methods. *On the basis of theoretical literature analysis the concepts of "project", "journalistic project", or "media project" are defined. Interpretation from the philosophical perspective as a result of spiritual and reforming activities is considered fundamental. Activity approach is also taken into account. The main criteria of the above mentioned format are formulated and there have been stated the grounds according to which it can be systematized. The empirical material embraces the period between 2017 and 2022. Open sources, underlying documents, and the author's own practice and experience have been applied. More than 50 journalistic projects realized in schools throughout Russia have been gathered and analyzed.*

Findings. *Journalistic project is considered through the prism of historical retrospective on the example of the development of school cinema education movement in Tver. In the 60s of the past century school witnessed the advent of cinema followed then by print media, radio, and television as a result of standardization of all the educational formats. These days, the Association of Specialists in the Sphere of Media Education is doing a project "Media class in Russian schools" on the basis of a media class model developed by McLuhan–Zhilavskaya.*

Conclusions. *The research findings prove that a journalistic project as a teaching format is a natural and logical attempt to combine together the process of journalism digitalization and pedagogy.*

KEYWORDS

journalism, media education, journalistic project, media educational project, format, teacher, schoolchild.

FOR CITATIONS

Smal' Z.A. Journalistic Project as Media Education Format. Ideas and Innovations, 2022, vol. 10, no. 4, pp. 86–92. DOI: 10.48023/2411-7943_2022_10_4_86 (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время журналистское образование в школе сталкивается с серьезной проблемой: ученикам, получившим образование в объеме школьной программы, трудно найти работу, а тех, кто уже в ученические годы определился с профессией и выбрал журналистику, не берут в штат редакций без специальных навыков. Поэтому в общеобразовательной школе в последние десятилетия предприняты попытки исправить эту ситуацию. Диапазон их достаточно широк: от использования различных практических методы обучения, содержащих в себе элементы журналистики в процессе преподавания различных дисциплин, до создания медиацентров и медиаклассов.

Но, как показывает практика, в основном используется формат проекта при любой форме организации журналистского образования. Поэтому цель данной статьи показать, насколько он стал действенной методикой в арсенале школьного педагога и востребован ученической аудиторией, на которую рассчитан.

Таким образом, объект нашего исследования – медиаобразование в средней общеобразовательной школе. Тогда как предмет исследования – журналистский, или медиаобразовательный, проект как его формат.

Для достижения поставленной цели нами определены следующие задачи:

- теоретически обосновать понятие «журналистский проект», или «медиаобразовательный проект», в исторической ретроспективе;
- обобщить опыт ряда журналистских проектов медиаобразовательных проектов, которые были реализованы в школах страны и показали свою эффективность по вовлечению школьников в журналистскую деятельность.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Прежде всего, нам было необходимо определить понятие «проект», которое сегодня многомерно. Педагогическая энциклопедия дает ему девять определений, обобщая разные подходы [7]. Но, полагаем, что основополагающей является трактовка с философской точки зрения как итог духовной и преобразовательной деятельности. Ее авторство принадлежит известному ученому М.С. Кагану, эту трактовку он обосновал в своей научной работе «Философия культуры» [4].

В рамках данного исследования не менее важным нам представляется и деятельностный подход к трактовке понятия «проект» – как цель и результат проектирования. В педагогике в целом проект, по мнению ряда авторов, – это «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией» [2. С. 8].

Более детально практику реализации журналистского проекта, но уже в высшей школе, рассматривает профессор Л.А. Коханова. В своих работах она делает вывод о том, что проектное обучение играет важную роль в преподавании в университете. Она считает, что само понятие «метод проектного обучения» толкуется расширительно. Возможно использовать достаточно широкий диапазон самых разных приемов, форм, способов и средств, которые все активнее применяются в педагогической практике в высшей школе [5].

Таким образом, мы видим, что журналистское проектное обучение – это метод обучения, в основе которого лежит определение конечной цели. Для ее достижения участникам предлагается решить поэтапно ряд задач, что делает достижение цели реалистичным. Над относительно независимым проектом учащиеся профильного журналистского класса работают в группах. Они собирают информацию, разрабатывают план, реализуют, защищают и получают итоговую оценку.

В практическом преподавании журналистики, которое основывается на работах по проектному обучению, очень эффективно разрабатываются некоторые комплексные практические учебные проекты. Они охватывают все медиа в классе и за его пределами, преодолевают традиционную практику организации практических медиапроектов. Прежде всего она заключается в интеграции различных средств массовой информации, печати, телевидения, радио и сетевых ресурсов.

Именно создание такого объединенного информационного продукта становится целевой задачей многих журналистских проектов, что объясняет их растущую популярность в современной образовательной школьной практике. Медиаобразовательные проекты, как отмечает И.А. Фатеева, создаются в учебных целях и направлены на овладение навыками медиапроизводства.

В своей статье «Медиапедагогика как область компетенции словесника» она исследует происхождение медиаобразовательных проектов. Автор утверждает, что «медиаобразовательные проекты стали использоваться в педагогике раньше, чем появился сам термин: произошло это еще в XIX веке» [8. С. 40]. При этом она ссылается на данные Ж. Гонне, который отмечал, что «в Лондоне имеется коллекция из 595 школьных газет, созданных между 1874 и 1923 годами [8. С. 40].

Исследователь также отмечает, что формат проекта развивался и в последующие годы. Так, в 1927 году состоялся первый международный конгресс школьных издателей. Наибольший интерес к школьным газетам проявлялся в мире в 50-х годах XX века. Тогда уже существовали и электронные медиаобразовательные проекты.

«Значение подобных педагогических инициатив, представляющих собой действенное средство самореализации детей, невозможно переоценить», – делает вывод И.А. Фатеева [8. С. 40]. Кроме того, она полагает, что в основе реализации медиаобразовательных проектов в системе профессионального журналистского образования лежит технологический аспект медиапроектирования, который реализуется в рамках практико-ориентированных дисциплин [8. С. 40].

Эти идеи очень активно развивала И.В. Жилавская, которая внесла большой вклад в развитие медиаобразования в стране. В своей статье «Качество журналистики как медиаобразовательная проблема» она рассматривала сложившуюся ситуацию с проектами медиаобразования и предполагала, что технологии играют в них все более важную роль. Она писала: «Медиаобразовательные проекты реализуются по большей части на некоммерческой основе, однако есть и успешные примеры коммерческих историй» [3. С. 122].

Исследуя продолжительное время состояние медиапроектной деятельности в школах, она сумела сделать многовекторную классификацию журналистских проектов. По ее мнению, по типу проектов – это в основном образовательные и просветительские, в особенности краеведческие, значительно реже встречаются издательские проекты. По тематике – исторические, патриотические, семейные.

Предпринятый ее анализ позволял ей утверждать, что формы их воплощения разнообразны: школы журналистики и выставки фотографий, конкурсы видеосюжетов, вкладки, страницы или отдельные выпуски газет. Сюда следует добавить всевозможные события и мероприятия – игры, фестивали, творческие встречи, а также расследования, документальные фильмы и многое другое.

Главный вывод, который сделала исследователь, заключается в том, что «практически все медиаобразовательные проекты завершаются созданием медиапродукта. При этом все чаще применяются современные цифровые технологии, особенно эффективно их используют сетевые издания» [3. С. 122].

Вклад исследователя в развитие медиаобразования в стране и конкретно в обоснование метода журналистского проекта оценили ее ученики и последователи. Ассоциация специалистов медиаобразования реализует проект в российских школах, обучая школьных педагогов по программе «Медиакласс в российских школах» на базе Модели медиакласса по теории Маклюэна–Жилавской. Эта модель медиаобразовательных классов в предпрофессиональном образовании, ключевой особенностью которой является совокупность изучения теории медиа и формирования коммуникативных компетенций [6].

Таким образом, на основании исследований многих ученых, тесно связанных с практической деятельностью школ, были сформулированы основные критерии журналистского проектного метода. Он отличается от традиционного метода обучения рядом следующих характеристик: центр переносится от учителя к ученику, от учебно-ориентированной деятельности к проектно-ориентированной, от аудитории к практическому опыту. По этой причине при использовании проектного метода при обучении учащиеся

являются основным элементом познания и активным конструктором смысла знаний.

Обобщая изученную литературу по данной тематике, отметим, что, по мнению большинства авторов, журналистский проект направлен на развитие у школьников способностей анализировать ситуацию и умений профессионально решать задачи. Они видят преимущества данного формата в том, что в таком проекте школьники являются «главными героями», а учителя только оказывают помощь и поддержку.

Следует отметить еще один немаловажный критерий, на который обращают внимание многие исследователи. Речь идет о выработке у школьников навыков командной работы. Авторы ряда работ отмечают, что в процессе реализации проекта они одновременно осваивают методы группового взаимодействия, определяют сильные и слабые стороны друг друга, учатся принимать другого таким, каким он есть. Другие исследователи предлагают обратить внимание на такой метод совместной деятельности, как мозговой штурм, в процессе проведения которого наиболее ярко проявляются личностные качества каждого из участвовавших в нем.

Анализируемые нами работы по данной тематике свидетельствуют о том, что многие авторы пытаются систематизировать журналистские проекты по разным основаниям. Одни из них предлагают положить в основу виды средств массовой информации: печатные и электронные СМИ, другие – тематику проектов, которая соотносится со школьной программой. Есть и иные варианты, например, синергический подход, объединяющий виды СМИ и тематику. Но при любой систематизации журналистский проект стал новой формой медиаобразования в условиях цифровизации, который учит школьников работать с информацией.

К такому выводу приходит большинство исследователей. Они полагают, что журналистский проект является эффективным методом подготовки будущих профессиональных журналистов. Более того, эта форма обучения в определенной степени, как полагают авторы ряда работ, способствовала реформированию педагогики в последние годы. Цифровизация в равной степени затронула журналистику и образование как сферы деятельности.

Об этом свидетельствует эмпирический материал, собранный нами за последние годы (2017–2022). Использовались открытые источники, основополагающие документы и собственная практика. Собран материал о 50 журналистских проектах, которые были реализованы в школах страны. Материал о некоторых из них представлен в данной статье.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Прежде всего, мы посчитали целесообразным рассмотреть обучающий проект в исторической ретроспективе, что позволяет увидеть преемственность в развитии отечественной журналистики и педагогики. По мнению ряда авторов, начинался он с кинообразования. Так, И.В. Челышева в рецензии «Опыт тверской школы кинообразования: кино в формировании творческого потенциала подрастающего поколения» пишет: «В новой монографии автором рассматриваются вопросы исторического развития школьного кинообразовательного движения в Твери, представлены уникальные материалы, позволяющие читателю стать свидетелем развития школьного кинообразования, начавшегося с кружка киномехаников в Калининской школе-интернате № 1 в 1957 году» [9. С. 115].

Эта рецензия сделана ею на книгу «Тверская школа кинообразования: к 50-летию». В ней она анализирует новые подходы в педагогической практике в Тверской школе кинообразования. Автор этой книги – один из пионеров и признанных лидеров отечественного кинообразовательного движения профессор О.А. Баранов. Его перу принадлежит ряд монографий и учебных пособий, посвященных кинообразовнаию, а по сути – созданию методики проектного обучения.

Именно в 60-е годы прошлого века вслед за кино в школу пришли газета и радио, а по мере развития телевидения – и «голубой экран». Это свидетельствует о том, что каждая историческая эпоха имеет свою парадигму и модель журналистского проекта. Наиболее активно он начал развиваться во второй половине 1990-х годов. Поводом для этого послужила стандартизация всех форм образования.

Как следствие, возможности проектных свойств в образовании начали все больше расширяться

на уровне систем, образовательной среды, личности, содержания обучения и воспитания. Проектное обучение стало использоваться и в высшей школе, в которой оно успешно развивается и по сей день. В качестве примера можно привести Институт филологии, массовой информации и психологии Новосибирского государственного педагогического университета, в котором успешно реализуются проекты «Городское школьное телевидение» и «Медиалето».

Они ориентированы на школьников, которые хотят стать тележурналистами или телеведущими. Появились они в результате проведенного ИФМИП НГПУ исследования профессиональных предпочтений школьников. Выяснилось, что значительная часть выпускников профильных классов мечтает о карьере телеведущего с момента поступления в него. Но при этом никто из них не имел представления о том, какими навыками и компетенциями должен обладать специалист в данной области. Данный журналистский проект возник как ответ на запрос ученической аудитории.

В собранной нами картотеке находится достаточное количество журналистских проектов последних лет (более 50), которые появились таким же образом – как необходимость реализовать потребности школьников в овладении умениями работать с информацией. К их числу отнесем следующие:

- Создание сетевого школьного медиацентра, направленного на формирование медиакультуры в разновозрастных коллективах путем интеграции урочной и внеурочной деятельности, КГОАУ «Центр образования «Эврика», Камчатский край[1];
- Цифровому поколению – электронное портфолио (технология Е-портфолио), МБОУ «Открытая (сменная) общеобразовательная школа», Иркутская область[2];
- «Школьный DLC» Всероссийская открытая образовательная площадка IT-компетенций для детей, МАОУ «Средняя школа № 34», Красноярский край[3];
- Школа цифровой реальности, МАОУ «Многопрофильная гимназия № 13», г. Пенза, Пензенская область[4];
- Лаборатория 4К – ресурсный центр формирования функциональной грамотности в школе, МБОУ «Школа № 38», Рязанская область[5];
- Альтернативное обучение естественным наукам в игре Minecraft, МБОУ «СОШ № 45», Кемеровская область[6];
- Муниципальная опорная площадка «Вебдизайн – профессия будущего», МОУ «Средняя общеобразовательная школа № 1», поселок Пангоды, Ямало-Ненецкий автономный округ[7];
- Использование цифровых образовательных ресурсов в практике организации предпрофильного обучения МОУ «Кокуйская СОШ № 1»[8] и др.

Эти проекты можно сгруппировать по разным основаниям:

- по целям как ориентированные на формирование умений и навыков в работе с информацией; самостоятельный поиск новых знаний и др.;
- по предмету как монопредметные, межпредметные или надпредметные;
- по виду средств массовой информации: печатные или электронные СМИ и др.

Но при разности подходов все они решают главную задачу: включают школьника в процесс создания информационного продукта. Это означает, что он не только осваивает готовые знания,

[1] https://obr.so/sozdanie-setevogo-shkolnogo-mediacentra-napravlennogo-na-for¬mi¬rovanie-mediakultury-v-raznovozrastnyh-kollektivah-putem-integracii-urochnoj-i-vneurochnoj-de-yatelnosti.
[2] https://obr.so/cifrovomu-pokoleniju-elektronnoe-portfolio-tehnologiya-e-portfolio.
[3] https://obr.so/shkolnyj-dlc-vserossijskaya-otkrytaya-obrazovatelnaya-ploshha¬d¬ka-it-kompetencij-dlya-detej.
[4] https://obr.so/shkola-cifrovoj-realnosti.
[5] https://obr.so/laboratoriya-4k-resursnyj-centr-formirovaniya-funkcionalnoj-gramotnosti-v-s.
[6] https://obr.so/alternativnoe-obuchenie-estestvennym-naukam-v-igre-minecraft.
[7] https://obr.so/municipalnaya-opornaya-ploshhadka-veb-dizajn-professiya-budushhego.
[8] https://obr.so/ispolzovanie-cifrovyh-obraz-ovatelnyh-resursov-v-praktike-organizacii-predprofilnogo-obucheniya.

но и по своим силам создает их сам. Он становится субъектом информационного обмена с окружающим его миром. В процессе этой деятельности у него развиваются проектное воображение, мышление. Он способен профессионально существовать в мире цифровой коммуникативной культуры.

Об этом достаточно точно пишут школьницы Е. Александрова и И. Мусинцева, представляя свой проект «Создание медиапроектов» (г. Ангарск, 2019 год). Они утверждают, что «каждый из нас должен научиться управлять перспективой собственного развития, ответственно распоряжаться собственной жизнью. Мы сами выбираем для себя ключевые навыки: способность принимать решения на перспективу; анализировать собственные ценности, потребности и ресурсы для их реализации; планировать свою деятельность; прогнозировать возможные результаты и риски.

В процессе своей деятельности в Пресс-центре МБОУ «СОШ № 17» мы убедились, что наиболее эффективной формой взаимодействия участников образовательного процесса, наиболее продуктивной формой информирования является **медиапроект** [1. С. 2].

ВЫВОДЫ

Проведенное исследование позволяет утверждать, что обозначенные нами в статье задачи в определенной степени удалось решить. Анализ научной литературы по данной теме позволил теоретически обосновать понятие «журналистский проект», или «медиаобразовательный проект», в исторической ретроспективе, а также определить его основные характерные черты.

На основании собранной картотеки журналистских проектов за последние годы (2017–2022) можно уверенно сказать, что этот формат обучения применяется в самых разных регионах страны. География его достаточно широка. Каждый из них имеет свою специфику, что позволяет их систематизировать по разным основаниям. Но суть их едина – научить школьника работать с информацией. Именно вовлечением учащихся в журналистскую деятельность они доказали свою эффективность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, появление журналистского, или медиаобразовательного, проекта как формата обучения можно считать органической попыткой свести процесс цифровизации двух сфер деятельности: журналистики и педагогики в единое целое. С одной стороны, он сегодня отвечает запросам медийной отрасли, требующей специалистов новой цифровой формации, с другой – помогает школе реализовывать ее задачи. Главная из них – он обеспечивает личностное развитие и в то же время помогает школьникам больше узнать о журналистской профессии и повышает их заинтересованность в овладении ею.

Использование возможностей проектирования делает его значимым средством в обучении, воспитании, развитии личности, управлении образовательным процессом. Более того, педагог и школьник в процессе совместной деятельности оказываются в ситуации поиска новых источников знаний непосредственно внутри системы образования, но с прицелом на будущее. Следовательно, журналистский проект как формат медиаобразования играет важную роль в профориентации будущих специалистов.

Литература

1. Александрова Е., Мусинцева И. Создание медиапроектов [Электронный ресурс] // Региональная научно-практическая конференция «Диалог культур». Ангарск, 2019. URL: https://nsportal.ru/ap/library/nauchno-tekhnicheskoe-tvorchestvo/2020/01/29/sozdanie-mediaproektov-opyt.

2. Бурков В.Н., Коргин Н.А., Новиков Д.А. Введение в теорию управления организационными системами / под ред. Д.А. Новикова. М.: Либроком, 2009. 264 с.

3. Жилавская И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2016. Т. 1, № 3. С. 211–127.

4. Каган М.С. Философия культуры. СПб.: Петрополис, 1996. 415 с.

5. Коханова Л.А. Становление медиаобразования в России как результат взаимодействия педагогического и журналистского научного сообщества // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2018. № 1. С. 121–128.

6. Мамонова И.В. Медиакласс в российских школах – это проект предпрофессиональной подготовки школьников для медиаиндустрии и жизни в информационном обществе [Электронный ресурс]. URL: https://asmo.org.ru/-russianmediaclass.

7. Проект [Электронный ресурс] // Педагогическая энциклопедия: сайт. URL: https://didacts.ru/termin/proekt.html.

8. Фатеева И.А. Медиапедагогика как область компетенции словесника // Русская словесность. 2007. № 2. С. 39–42.

9. Челышева И.В. Опыт тверской школы кинообразования: кино в формировании творческого потенциала подрастающего поколения // Медиаобразование. 2008. № 2. С. 124–128.

References

1. Aleksandrova E., Musintseva I. Creation of media projects. In: *Regional'naya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Dialog kul'tur»* [Regional Scientific and Practical Conference "Dialogue of Cultures"]. Angarsk, 2019. Available at: https://nsportal.ru/ap/library/nauchno-tekhnicheskoe-tvorchestvo/2020/01/29/sozdanie-mediaproektov-opyt (in Russian).

2. Novikov D.A., ed., Burkov V.N., Korgin N.A., Novikov D.A. *Vvedenie v teoriyu upravleniya organizatsionnymi sistemami* [Introduction to the Theory of Management of Organizational Systems]. Moscow, Librokom Publ., 2009, 264 p. (in Russian).

3. Zhilavskaya I.V. The Quality of Journalism as the Media Educational Problem. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva*, 2016, vol. 1, no. 3, pp. 211–127 (in Russian).

4. Kagan M.S. *Filosofiya kul'tury* [Philosophy of Culture]. St. Petersburg, Petropolis Publ., 1996, 415 p. (in Russian).

5. Kokhanova L.A. Formation of Media Education in Russia as Result of Pedagogical and Journalistic Scientific Community Interaction. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva*, 2018, no. 1, pp. 121–128 (in Russian).

6. Mamonova I.V. Media class in Russian schools is a project of pre-professional training of schoolchildren for the media industry and life in the information society. Available at: https://asmo.org.ru/russianmediaclass (in Russian).

7. Project. In: *Pedagogicheskaya entsiklopediya: sait* [Pedagogical Encyclopedia: site]. Available at: https://didacts.ru/termin/proekt.html (in Russian).

8. Fateeva I.A. Media pedagogy as a field of competence of the wordsmith. *Russkaya slovesnost'*, 2007, no. 2, pp. 39–42 (in Russian).

9. Chelysheva I.V. Experience of the Tver School of Film Education: Cinema in the Formation of the Creative Potential of the Younger Generation. *Mediaobrazovanie*, 2008, no. 2, pp. 124–128.

Информация об авторе / Information about the author

Смаль Жанна Александровна
преподаватель, Медиашкола
(*121069, г. Москва, Новинский бульвар, д. 12, оф. 17*)
small.zhanna@mail.ru

Zhanna A. Smal'
Instructor, Media School
(*12, Novinskiy Boulevard, Moscow, 121069 Russia*)
small.zhanna@mail.ru

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Условия и порядок приема рукописей:

1. Редакция принимает к публикации материалы на русском языке по темам, соответствующим основным научным направлениям журнала. Научные статьи принимаются в течение года и при условии положительных результатов независимой экспертизы включаются в очередной номер журнала.

2. В журнале публикуются статьи, отличающиеся высокой степенью научной новизны, теоретической и практической значимости. В статье должны быть изложены основные результаты исследования. Материалы статьи должны быть оригинальными, ранее нигде не публиковавшимися. Авторами могут быть ученые-исследователи, докторанты, аспиранты, соискатели.

3. Авторы предоставляют в редакцию журнала на e-mail: ideasnov@yandex.ru один файл формата Microsoft Word, содержащий статью и сведения об авторе. Имя файлу присваивается следующим образом: фамилия, имя, отчество, научное направление статьи (при наличии 2 и более авторов указывается фамилия только первого автора), файлы, инфицированные вирусами, не обрабатываются.

4. Поступившие в редакцию материалы регистрируются и в течение 3 дней автору (авторам) по электронной почте высылается подтверждение о получении статьи.

5. Статьи, не соответствующие условиям публикации и требованиям к оформлению, не рассматриваются.

6. Если рецензия содержит рекомендации по исправлению и доработке статьи, то она направляется автору с предложением учесть рекомендации при подготовке нового варианта статьи. Датой поступления статьи в данном случае считается день получения редакцией окончательного варианта статьи.

7. Аспирантам необходимо приложить к статье сканированную копию рецензии научного руководителя, заверенную печатью организации, и справку из отдела аспирантуры, подтверждающую обучение с указанием срока его окончания.

8. Корректура авторам не высылается, присланные материалы не возвращаются.

9. Гонорар за публикацию статьи не выплачивается.

RULES FOR AUTHORS

Manuscripts are accepted in keeping with the following terms and procedures:

1. The Editorial Team accepts for publication Russian-language materials which meet the criteria regarding the main scientific focus areas of the journal. Scientific articles are accepted all the year round. If they successfully pass independent peer review, they are included in the upcoming issue of the journal.

2. The journal publishes articles marked by a high degree of scientific novelty and theoretical and practical significance. The article is expected to contain the main research results from the conducted study. The materials of the article should be original and never published anywhere else before. The eligible contributors are scientists – participants in official postgraduate and doctoral studies programs and departments affiliated with academic and research institutions or candidate and doctoral degree students non-affiliated with these departments.

3. Contributors submit to the Editorial Team one Microsoft Word file with the article and with information about the author(s). E-mail address for submission is ideanov@yandex.ru. The file name is assigned as follows: last name, first name and patronymic initials, and research focus area of the article. If the article has two or more authors, only the first author's name is noted. Files infected with viruses are not processed and are not accepted for publication.

4. The materials submitted to the Editorial Team are registered, and within 3 days, an e-mail acknowledgement of receipt is sent to the author (authors).

5. Articles not consistent with publication terms and presentation requirements are not considered.

6. If the peer review generates recommendations for the correction and further improvement of the article, it is sent to the author (s) with a suggestion that these recommendations should be incorporated in the preparation of a new version of the article. The date of receipt of the final version of the article by the Editorial Team is recognized as the date of submission.

7. Postgraduate studies department students need to supplement the article with a scanned copy of the scientific supervisor's review validated by his or her signature and the organization's official stamp, and with a certificate from the postgraduate studies department confirming the fact of the formal training at the department and the date of its termination.

8. Edits and proofs are not sent to contributors. Received materials are not returned.

9. Contributors are not paid any fees for the publication of their articles.

ИДЕИ И НОВАЦИИ (16+)

Т. 10 № 4
2022

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзоре)
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-54169 от 17 мая 2013 г.

Учредители: Общероссийская общественная организация «Российская инженерная академия» (РИА),
Автономная некоммерческая организация «Институт региональной журналистики»,
Творческое объединение «Союз»

Адрес редакции и издателя: 109004, г. Москва, ул. Александра Солженицына, д. 19, стр. 2
e-mail: ideasnov@yandex.ru
Тел.: +7(977) 807-33-97 +7(499) 343-89-47

Существенный вклад в формирование материалов этого номера журнала
внесла кандидат технических наук Е.Б. Зайченкова

Редактор Н.И. Завгородняя
Компьютерная верстка и правка Н.Н. Ивановой
Оформление С.Е. Чакъров

Сдано в набор 05.09.2022. Подписано в печать 29.11.2022. Выход в свет 25.12.2022.
Формат 60x84/8. Бумага офсетная. Гарнитура Calibri. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 10,93. Уч.-изд. л. 12,35. Тираж 1000 экз. Свободная цена.

Отпечатано в ПАО «Т8»
109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5

При использовании материалов ссылка на журнал «Идеи и новации» обязательна