

лаконичного ответа, который побуждает к критической оценке информации: «Навальный сотрудничает с разведкой. Что в этом странного?»; «В Госдуме придумали закон против коллекторов. Их что, теперь запретят?»; «На что имеет права охранник в магазине?» и т. д.

Медиаобразовательный эффект имеют интерактивные игры «Медузы». К примеру, тест «Ван Гог или робот?»

Искусственный интеллект «Яндекса» пытается ввести вас в заблуждение, – предупреждает «Медуза». 30 марта исполнилось 163 года со дня рождения Винсента Ван Гога. В честь этой даты «Яндекс» научил свой искусственный интеллект копировать стиль художника: алгоритм, в основе которого разработка университета Тюбингена, может преобразовать реальную фотографию так, чтобы она была похожа на работу Ван Гога. «Медуза» предлагает читателям отличить картины нидерландского художника от произведений робота, ответив на 11 вопросов. Аналогичные тесты разработаны для расчета вашей пенсии, на знание удивительных метафор Андрея Платонова, какие слова скажет Владимир Путин в своей «прямой линии», как правильно комментировать резонансные события и т. д.

Непременная проверка на достоверность информации, что является одним из критериев медиаграмотности, подтверждается на «Медузе» для читателей новостей обязательными редакционными маркерами «Требует подтверждения» (желтый) или «Надежный источник» (зеленый). Все это в комплексе делает сетевое издание в целом весьма эффективным медиаобразовательным проектом.

В рамках одной статьи невозможно представить весь многообразный опыт медиаобразовательных практик СМИ. Хочется лишь отметить их типическую особенность, которая заключается в стирании границ между редакцией и окружающей медиасредой. Средства массовой информации становятся центром медийной, социальной, образовательной, гражданской активности.

Неслучайно в 2016 году победителями конкурса «10 лучших газет России», уже во второй раз организованного Союзом журналистов России, журналом «Журналистика и медиарынок» и не-

коммерческим партнерством «Альянс независимых региональных издателей» были признаны редакции, которые действительно являются подобными центрами и в полной мере реализуют свой медиаобразовательный потенциал. Это газеты «Березниковский рабочий», «Вечерний Краснотурьинск», «Городские вести. Еженедельник Первоуральска», «Змеиногорский вестник», «Качканарский четверг», «Курьер. Среда. Бердск», «Моё!», «Пензенская правда», «Свободный курс» и «Якутск вечерний».

В качестве примера достаточно привести редакцию газеты «Березниковский рабочий», которая на основе своего первого медиаобразовательного опыта создала Учебный центр «Березниковский рабочий». Более 3000 человек в возрасте от 27 до 85 лет закончили здесь курсы компьютерной грамотности, основ журналистского мастерства. Сегодня «Березниковский рабочий» предлагает горожанам около 20 обучающих программ. И это приносит редакции ежемесячный доход не менее 200 000 рублей.

В сфере массмедиа именно журналисты редакций бумажных, электронных и цифровых газет, журналов, теле- и радиокомпаний способны сформировать ту медиаграмотную аудиторию, которая будет готова задать новые профессиональные стандарты для медиаотрасли в целом. В этом смысле медиаобразовательный потенциал СМИ огромен, возможно именно он станет эффективным рычагом, с помощью которого средства массовой информации смогут вытащить себя из рутины повседневности, застоя и того кризиса, в каком сегодня находится российская журналистика.

г. Москва

Список литературы

1. Абалкин, Л. И. Назревшие перемены /Л. И. Абалкин // Вопросы экономики. – 1998. – № 6.
2. Большая советская энциклопедия (БСЭ): [Электронный ресурс: 3 CD]. - М.: Большая Российская энциклопедия, 2003.
3. Пронина, Л. А. Основы информационной теории культурно-образовательного пространства: монография / Л. А. Пронина. – Тамбов, 2007. – 224 с.
4. История менеджмента: учеб. пособие / под ред. Д. В. Валового. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 256 с.

5. Lukas R.E. Jr. On the Mechanics of Economics Development / A Journal of Monetary Economics. – 22(1), July 1988. – P. 8–10;
6. Новая философская энциклопедия: В 4 тт. М.: Мысль. Под редакцией В. С. Стёпина. 2001. [Электронный ресурс] <http://iph.ras.ru/eilib/0264.html> (дата обращения: 11.04.2016).
7. Schultz T. Investment in Human Capital: the Role of Education and of Research. – N.Y., 1971. – P. 4–6;
8. Проскуряков, В. М. Экономический потенциал социальной сферы: содержание, оценка, анализ / В. М. Проскуряков, А. И. Самоукин. – М.: Экономика, 1991. – 157 с.
9. Реантович Е. А. Смысловые значения понятия «потенциал» // Международный научно-исследовательский журнал. Экономические науки. Выпуск Декабрь, 2012. [Электронный ресурс] <http://research-journal.org/economical/smyslovye-znachenie-ponyatiya-potencial/> (дата обращения: 11.04.2016).
10. Стюарт Т. Богатство от ума / Т. Стюарт. – Минск: Парадокс, 1998. – 364 с.
11. Толковый словарь Ушакова. Д. Н. Ушаков. 1935-1940. [Электронный ресурс] <http://dic.academic.ru/contents.nsf/ushakov/> (дата обращения: 11.04.2016).

Ю. Зоря
(Черкасский областной институт
последипломного образования
педагогических работников
Черкасского областного совета)

Цифровая мудрость родителей

Аннотация: в статье говорится о реальной и виртуальной жизни ребенка, о его взаимоотношениях с родителями, о понимании того, что компьютер и подключение к Интернету – это прямой доступ не только к достижениям цивилизации, но и к информационному «мусору».

Ключевые слова: ребенок, родители, Интернет, информация, масс-медиа, компьютер.

Современный мир трудно себе представить без новейших средств массовой информации: сегодня без телевизора (или даже нескольких телевизоров), ноутбука, планшетного компьютера, кабельного или спутникового телевидения не обходится ни одна семья. Школьники много времени тратят на просмотр фильмов, «надолго зависают» в Интернете или часами готовы слушать радиоволны FM.

Умение правильно ориентироваться в пространстве различных средств массовой информации и приобретает детьми в ходе уроков медиаобразования. Причем медиаграмотными сегодня должны быть также и родители, ведь именно они должны показать, как используются массмедиа в обществе, как можно овладеть навыками использования медиа в процессе коммуникации с другими людьми. Именно в семье производится первая прививка к умению анализировать, критически осмысливать и, может быть, даже создавать медиатексты.

Действительно, в цифровую эпоху дети учатся новым технологиям гораздо быстрее, чем взрослые. При этом они чаще всего решают несколько задач одновременно: создают текстовые сообщения, слушают музыку, просматривают веб-страницы. Одним из негативных последствий такого явления может быть то, что в будущем ребенку будет трудно сконцентрироваться на од-

ном действии – дети привыкают к поверхностному вниманию, обращенному на большое количество предметов, но при этом не могут сфокусироваться на информации, которая является наиболее значимой для выполнения определенного задания.

Почти половина подростков (48 %) ежедневно разговаривают с друзьями по телефону и посылают им SMS-сообщения. Причем однозначными лидерами в телефонном общении оказываются «юные леди»: 55 % процентов девочек против 39 % юношей выбирают мобильное общение с друзьями. Зато украинские юноши активнее используют возможности Всемирной сети. Почти половина мальчиков (44 %) в свободное время общается с друзьями по Интернету. Количество девочек, «живущих в сети», на 4 % меньше [2].

Около 40 % подростков хотя бы раз в неделю собираются для того, чтобы вместе поиграть в компьютерные игры или же «оторваться» на дискотеке. Естественно, компьютерные развлечения выбирают младшие подростки. Это подтверждает каждый третий ученик 6-8-х классов, чему родители порой и способствуют, радуясь, что у ребенка есть занятие дома, и он/она не гуляет где-то с кем-то, а «все время на глазах».

Но одно дело быть наблюдателем для своего ребенка, другое – интересоваться его жизнью. В наше время это означает, что интересоваться надо не только реальной, но и виртуальной жизнью, поддерживая и предостерегая детей от ошибок и угроз. Конечно, следить за тем, что делает в Интернете ребенок, следует в мягкой форме, т. е. быть осторожнее с запретами. Необходимо расспрашивать ребенка о его друзьях по переписке, покупать программы, которые блокируют нежелательные сайты, просматривать журнал посещений, а для этого не рекомендуют ставить компьютер в детской комнате. Время ребенка следует организовать так, чтобы большую часть времени он был занят учебой, прогулками, трудом и т. п. Контакт – один из столпов безопасности ребенка, ведь именно через контакт родители узнают о проблемах и вопросах, которые волнуют их чадо и, решая с ним его проблемы, они помогают ему научиться правильно вести себя в той или иной ситуации.

Но почему наши дети не рассказывают нам о своих проблемах? Чаще всего потому, что именно мы не хотим об этом слышать, будучи либо занятыми работой, либо просмотром любимого сериала или футбольного матча и т. д. И ребенок остается один на один со своими проблемами и вопросами. И когда мы вдруг обнаруживаем, что ребенок уже вырос, мы теряемся, понимая, что не знаем, о чем он думает, какие у него друзья и увлечения, и слыша лишь односложный ответ: «Всё в порядке» [1].

Обеспечение высокого уровня положительного подкрепления членам семьи происходит через выполнение день в день вещей, которые являются приятными для другого человека. Ради его благополучия, не имея целью «подкупить его любовью». Так У. Шумм [5], ученый из США, определяет «выражение благодарности» как характеристику крепкой семьи. В контексте этого, например, Р. Биверс считает, что для того, чтобы ребенок нормально развивался, чрезвычайно важным является чувство радости от общения с ним. Кроме этого Д. Олсон отмечает, что очень важно, исследуя семью, отмечать радость, симпатию, теплоту и юмор, которыми члены семьи делятся между собой. Это важные аспекты, отличающие прочные семьи от неблагополучных [5]. Семейная атмосфера определяет эмоциональный настрой и влияет на формирование отношение к получаемой информации. И. Кон пишет, что практически нет ни одного социального или психологического аспекта поведения детей, который не зависел бы от их семейных условий в настоящем или будущем [3].

Итак, в большинстве случаев единственное решение – создание доверительных, дружеских отношений между родителями и детьми. Если ребенок знает, что его с интересом выслушают, а не будут пытаться на него давить, он гораздо легче пойдет на контакт. Окруженный вниманием, любовью и заботой ребенок скорее поймет, что компьютер и подключение к Интернету – это прямой доступ не только к достижениям цивилизации, но и ко многому плохому. Он будет начеку и с осторожностью вступать в контакты с неизвестными людьми, критически относиться к информации, ответственно вести себя в виртуальном про-

странстве, пытаться превратить компьютер в своего помощника, а не служить ему. Он не будет бродить по сетям Интернета в поисках пикантных тем, поскольку уже обсудил их с близкими родными людьми (родителями, братьями, сестрами).

В последнее время психологи все чаще отмечают, что к ним обращаются родители из благополучных семей или учителя в отношении агрессивного поведения подростков младшего школьного возраста. Как оказалось, причиной детской агрессивности были дефицит родительского внимания и любви, неуверенность детей в себе, нереализованность и регулярные компьютерные игры с элементами насилия. Как правило, стимулом к совершению актов насилия и жестокости в этих компьютерных играх для ребенка является вознаграждение, пусть даже и виртуальное. Но это же все-таки поощрение, которое на самом деле вряд ли достается этому геймеру в его семье [2].

Вот несколько тем индивидуальных бесед с родителями: «Место компьютера в квартире» (лучше поставить компьютер в ту комнату, которую используют все члены семьи, тогда разговоры про Интернет и контроль за его использованием станут неотъемлемой частью повседневной жизни); «Интерес к тому, чем занимается мой ребенок» (желательно обсуждать темы, используя возможности Интернета, не забывая указывать на трудности, с которыми может столкнуться ребенок, находясь в сети); «Компьютер может...» (учите ребенка искать нужный материал в он-лайн); «Путешествие с Интернетом» (заранее спланируйте путешествие во время каникул, для чего необходимо просмотреть образовательные сайты для поддержки школьной работы или найти информацию о хобби или увлечения вашего ребенка; создавайте закладки для любимых сайтов, чтобы быстро переходить к ним); «Время и порядок использования интернета» (интересно вместе с ребенком продумать и определить время и порядок использования интернета; при этом следует определить время пребывания в онлайн, а также web-сайты, которые можно посещать).

По мнению М. Пренски, «чтобы создать новое, лучшее будущее, нам необходимо мыслить в новых терминах, таких как, на-

пример, цифровая мудрость. Причем слово "мудрость" имеет здесь двойной смысл. Это и мудрость как знание, которые мы можем получить с помощью технологий, так и мудрость как набор навыков, необходимых для их грамотного использования. Мы ежедневно имеем дело с гигантскими объемами информации, и наша задача – это отобрать необходимое и оценить достоверность данных» [4].

г. Черкассы

Литература:

1. Бебчук М. А. Практическая психодиагностика семьи / М. А. Бебчук, Е. А. Рихмайер. – Москва, 2012.
1. Петрунько А. В. Дети и медиа: социализация в агрессивной медиасреде : монография / А. В. Петрунько. – Нежин, 2011.
3. Солдатова Г. У. Роль родителей в повышении безопасности ребёнка в Интернете / Г. У. Солдатова, Е. И. Рассказова // Вопросы психологии, 2013, № 2. – С. 3-14.
4. Marc Prensky, Digital Natives, Digital Immigrants. From On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001)
5. Palfrey John, Gasser Urs. Born Digital. Understanding the first generation of digital natives. – N.Y., 2008. – P. 7.

Коммуникационные возможности медиа технологий психотерапии

Аннотация: в статье рассматривается медиа технология психотерапии как способ расширения возможных интерпретаций в сфере массовой коммуникации.

Ключевые слова: психология, психоанализ, технология, реклама, производство, интерпретация.

Термин «технология» образовался из двух древнегреческих компонентов: *techné* – искусство, мастерство, умение и *logos* – изучение. То есть совокупность методов и инструментов для достижения какого-то идеального желаемого результата, или метод преобразования данного в необходимое. В широком смысле технология – это представление о том или ином технологическом цикле, который содержит набор операций, выполняемых в определенной последовательности, начиная с переработки (непосредственной или абстрактной), необходимой для производства конечного продукта; в узком же смысле это уже не представление, а – практическое воплощение. При этом «сырьем» называют исходные материалы, из которых в рамках технологического цикла производится окончательный продукт. Завершающей же считается продукция или услуга, предназначенная для потребления.

Итак, внедрение или использование той или иной технологии является прохождением определенного алгоритма, сначала как теоретической схемы, а впоследствии – практического воплощения. Если мыслить глобально и помнить, что обработка природы/культура – это и есть коммуникация, то любую технологию следует считать коммуникационной. Кроме того, технология – это не только культура, но и то, что, собственно, делает эту культуру массовой. До появления технологии господствовало искусство: каждый человек творил

что-то, но это «что-то» получалось только у него. Такое умение было как дар природы. Однако с появлением технологий все то, что умели делать и к чему имели доступ только избранные, одаренные, стало доступным для всех. Момент перехода от искусства к технологии фактически создал человеческие цивилизации, сделал возможным их дальнейшее развитие и совершенствование.

Технология в сфере массовой коммуникации – это, по сути, рецепт изготовления текста или произведения. Если мы, например, хотим передать печаль и довести человека до слез, то создаем реквием, сентиментальное художественное произведение, сериал вроде «Рабыни Изауры» или – балет, подобный «Лебединому озеру». Когда же наша цель – убедить идеологически, мы обращаемся к публицистике.

Особенно важно понимание технологий психоанализа (Г. Почепцов называет ее психотерапией [1, 44-95]). Сегодня нередко создание медиатекстов осуществляется с помощью достижений в сферах психологии, психопатологии, психоанализа. Реклама, например, активно использует знания по психологии мужчин и женщин. В художественных произведениях технология призвана и «соблазнить» читателя, и представить психотип самого автора.

В качестве примера можно привести роман «Белый отель» Д. Томаса. «Лишь мистическим совпадением можно объяснить то, что «Белый отель» до сих пор не добрался до большого экрана – хотя интерес к его постановке в разное время проявляли Бернардо Бертолуччи и Эмир Кустурица, Дэвид Линч и Педро Альмодовар, Теренс Малик и Дэвид Кроненберг, а на главные роли заявлялись Энтони Хопкинс, Мерил Стрип, Барбра Стрейзанд, Изабелла Росселлини, Жюльет Бинош. После того, как при таинственных обстоятельствах умерли сперва актриса Бриттани Мёрфи, а затем и ее муж режиссер Саймон Монджек, затеявшие новую попытку экранизации этого произведения современной классики, стали поговаривать о «голливудском проклятии “Белого отеля”» [3].

В романе присутствует сам Зигмунд Фрейд как действующее лицо. Он анализирует болезнь пациентки. На самом деле история полностью выдумана, так же, как и участие в ней известного психоаналитика. По сюжету романа Г. Анна обращается к специалисту – просит помощи в лечении невротических синдромов. Пытаясь отыскать причины болезней в прошлом пациентки, «Фрейд» заходит в тупик. Несколько поднимает завесу над возможными стимулами патогенности стилизованное под оперу «Дон Жуан» воспоминание-фантазия Анны, однако каждое новое предположение полностью не подтверждается. Никто даже не догадывается, что настоящая причина болезни коренится не в прошлом, а в будущем больной, которая, как выяснилось, обладает мощным даром ясновиденья и уже в снах (в образах падения, воды и смерти) предчувствует свою гибель вместе с другими евреями в Бабьем Яру.

Фрейд, по сюжету (конечно, в своем стиле), причиной болезни считает неполноту сексуальной жизни пациентки. Но симптоматическим оказывается как раз противоположный репродуктивному инстинкт – инстинкт смерти. Вообще вопрос о существовании вечности, стремлении к ней через смерть и одновременно оттягивание этого процесса посредством сексуальных удовольствий – вопрос непростой и еще детально не исследованный.

Несмотря на видимые поражения психоанализа в романе, на самом деле З. Фрейд еще в работе «По другую сторону принципа удовольствия» отмечал: «Кантовское положение, что время и пространство являются необходимой формой нашего мышления, уже может дискутироваться. Бессознательные душевные процессы сами по себе находятся вне времени [2]». Это прежде всего означает, что они не упорядочены во времени, и время ничего в них не меняет. То есть к ним вообще нельзя применять темпоральные представления. Собственно, это суждение и отражено в романе в виде белого отеля – места, которое главная героиня представляла в снах и грезах своей жизнью с символическими персонажами, которые имеют (на самом деле – будучи иметь) для нее особое значение. Позже эти

сны воплощаются в жизнь в самой уродливой форме массового убийства.

Роман способен привлечь внимание многих читателей, поскольку рассчитан на всевозможные уровни восприятия информации: непрехотливая аудитория с удовольствием прочитает популярное произведение с претензиями на откровенную порнографию, читатель-филолог «откроет» интересный фрейдистской пласт, а профессиональные психоаналитики, безусловно, найдут в этом тексте новые дискуссионные моменты, касающиеся собственно научного психоанализа и т. д.

г. Луцк

Литература

1. Почепцов Г. Г. Теория коммуникаций / Г. Г. Почепцов. – М., 2001.
2. Фрейд З. По ту сторону принципа удовольствия / З. Фрейд. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: // http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/freyd/po_stor.php
3. Электронная библиотека книг. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: // http://aldebaran.ru/author/m_tomas_d/kniga_belyiyi_otel/

Учиться играя, или играть обучаясь

***Аннотация:** в статье рассказывается о десятилетнем опыте работы Школы юного журналиста на факультете журналистики Воронежского госуниверситета.*

***Ключевые слова:** школа юных журналистов, медиа, медиаобразование, лекции, практические занятия, творческие встречи.*

Мир современного подростка трудно представить без медиа. А если быть точнее, без социальных медиа. Где каждый читатель/подписчик одновременно становится и автором сообщения, может примерить на себя роль комментатора, репортера, фотокорреспондента или даже редактора. Социологи подсчитали, современный школьник в среднем тратит более шести часов в день на общение с медиа (88 % этого времени уходит на коммуникации в социальных сетях и лишь 12 % – на традиционные формы СМИ). А значит, вопросы медиаобразования сегодня как никогда актуальны.

Лабораториями медиаобразования сегодня при многих университетах России стали Школы юного журналиста (МГУ, СПбГУ, УрФУ, СКФУ, СГУ), занятия в которых помогают развивать личность подростка с помощью и на материале медиа, позволяют формировать у слушателей творческие и коммуникативные способности, критическое мышление, умение полноценно воспринимать, интерпретировать, анализировать и оценивать медиатексты. В ходе занятий подростки также осваивают различные формы самовыражения при помощи медиатехники.

История Школы юного журналиста Воронежского государственного университета насчитывает 10 лет. ШЮЖ – уникальная творческая лаборатория, позволяющая ученикам 8-10 классов средних школ, гимназий, лицеев Воронежа и Воронежской

области погрузиться в сферу массмедиа и, возможно, подготовиться к введению в будущую профессию. В течение одного/трех лет обучения слушатели знакомятся с основами журналистики и получают опыт практической деятельности.

Занятия в ШЮЖ выстраиваются по целому ряду актуальных и занимательных для подростков спецкурсов: газетная, радио-, теле- и фотожурналистика, реклама и PR. В образовательном процессе предусмотрены не только лекционные занятия, но и практические формы работы. Контент для выходящей при поддержке ректората университета с января 2016 года городской детско-юношеской газеты «Сорок-А» создают именно слушатели Школы юного журналиста. Работая в формате «юные авторы для юных читателей и о юных читателях», газета стала творческой площадкой, соответствующей классическим канонам отечественной детской журналистики. Слушатели Школы юного журналиста, во-первых, реализуют свои творческие возможности, во-вторых, получают возможность на ранней стадии окунуться в мир профессиональной журналистики, в-третьих, знакомятся с традициями факультета и университета, на эмоциональном уровне начинают осознавать себя частью большой семьи Воронежского государственного университета.

В соответствии со стремительными изменениями, происходящими в журналистике (от классической к цифровой, конвергентной, мультимедийной), в программе Школы появились такие направления, как Lifestyle-журналистика, новые медиа, а практическая работа ведется еще и на площадке ШЮЖ в социальной сети «ВКонтакте».

К сожалению, подростки, хотя и испытывают радость, видя свою фамилию на газетной полосе, в массе своей не только не читают традиционные медиа, но и регулярно не коммуницируют даже с интернет-СМИ. Российским школьникам СМИ заменили социальные сети с их пабликами, группами, сообществами. «Заменят ли паблики и те форматы, которые придут им на смену, СМИ для подростков?» – сегодня этот вопрос волнует многих исследователей медийного рынка в целом и его молодежного сегмента в частности. Одно ясно уже сегодня, нынеш-

нее информационное поведение подростковой аудитории предполагает изменение методики работы в сфере журналистики уже на этапе довузовской подготовки потенциальных абитуриентов. Новые стандарты, подходы требуют от будущих студентов новых творческо-технических навыков и качеств. Приобрести их позволяют также творческие встречи с руководителями и сотрудниками ведущих воронежских редакций, известными журналистами. Подросткам важно видеть перед собой тех, кто уже достиг определенных высот в профессии. Общение с ними в стенах журфака становится для многих первым шагом в мир выбранной профессии, позволяет приобрести профессиональный опыт.

Ежегодно в Школу юного журналиста при факультете журналистики ВГУ приходят около 50 школьников. Безусловно, в процессе обучения происходит ротация состава. Кто-то понимает, что журналистика – это не их профессия. Зато те, кто остаются, проникаются любовью к журналистике, к факультету, к его атмосфере. Обычно такие ребята, будучи одиннадцатиклассниками, переходят на следующую медиаобразовательную ступень факультета журналистики ВГУ – становятся слушателями Воскресной школы журналистики, а затем и студентами факультета.

Благодаря тому, что программа Школы юного журналиста закладывает первоначальные знания о мире медиа: история отечественной журналистики, жанры современной журналистики, виды медиа, особенности рекламы и PR, специфика телевизионной и радиожурналистики, основы фотографии и т. д. – выпускники ШЮЖ, став студентами, гораздо легче и быстрее осваивают учебные дисциплины основного образовательного цикла.

За творческим ростом слушателей Школы юного журналиста можно проследить не только по их публикациям в «Сороке» и «взрослых» медиа Воронежа, но и по их победам во всероссийских и областных фестивалях и конкурсах в области детской журналистики: «Репортер» (Воронеж), «Медиапокорение» (Набережные Челны), «Планета Медиа» (Челябинск).

Запись в Школу открывается в октябре каждого года. Зачисление носит свободный характер, не предполагает никаких конкурсных испытаний и оплаты. Это открывает возможность впервые перешагнуть порог факультета журналистики, пусть пока лишь в статусе слушателя Школы юного журналиста, всем желающим. Занятия в ШЮЖ ведут преподаватели всех кафедр факультета журналистики ВГУ. Обучение длится с октября по апрель включительно и проходит по воскресеньям.

Таким образом, Школа юного журналиста, сочетая в себе лекционные, практические формы работы и творческие встречи, позволяет слушателям погрузиться во внутреннюю лабораторию основных медиапрофессий и полноценно включиться в процесс создания произведений медиакультуры.

г. Воронеж

А. Маченин
(Научно-исследовательский университет
«Высшая школа экономики»)

Программный курс «Основы ведомственной, оперативно-мобильной журналистики (от системы к творчеству)» МЧС России

***Аннотация:** в статье освещается подготовка специалистов МЧС России в области медиаобразовательной и медиапроизводственной оперативной деятельности.*

***Ключевые слова:** медиаобразование, медиакультура, МЧС, оперативно-мобильная журналистика, студенты, курсанты, офицеры.*

Подготовка специалистов МЧС России в области медиаобразовательной и медиапроизводственной оперативной деятельности является одной из составляющих обеспечения комплексной информативности и безопасности населения.

Основная цель подготовки студентов, офицеров и служащих информационных структур МЧС России по программе «Основы ведомственной, оперативно-мобильной журналистики (от системы к творчеству)» – выработка у обучаемых готовности и способности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения своевременного, объективного и грамотного информирования населения в условиях прогнозирования, ликвидации либо при прямой угрозе ЧС, а также в направлениях информационного освещения ведомственных воспитательных, образовательно-пропагандистских и художественно-творческих мероприятий социального общественного значения.

Основными обобщенными задачами курса повышения квалификации специалистов МЧС России в области медиаобразо-

вательной и медиапроизводственной оперативной деятельности являются:

а) получение обучаемыми основ знаний о медиаобразовательной и медиапроизводственной оперативной деятельности в условиях ЧС;

б) овладение знаниями, умениями и навыками оперативно-мобильной, экспертно-аналитической, образовательно-пропагандистской и художественно-творческой медиапроизводственной деятельности, грамотной и безопасной ее организации в условиях предупреждения и ликвидации ЧС различного характера (природного, техногенного, биологического, социального и т. д.);

в) овладение знаниями, умениями и навыками оперативно-мобильной медиапроизводственной деятельности в направлениях информационного освещения ведомственных воспитательных, образовательно-пропагандистских и художественно-творческих мероприятиях социального общественно-значения и т. д.;

г) приобретение обучаемыми исключительного понимания необходимости качественного и содержательного функционирования информационно-координационных управленческих подразделений МЧС России в интересах своевременного, актуального и грамотного информационного обеспечения населения в условиях предупреждения и ликвидации ЧС различного характера;

д) формирование у обучающихся общих принципов ведомственной журналистики и медиакультуры в целом.

Программа «Основы ведомственной, оперативно-мобильной журналистики (от системы к творчеству)», разработана на основе Федеральных законов Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», от 22 августа 1995 г. № 151-ФЗ «Об аварийно-спасательных службах и статусе спасателей» (с изменениями

и дополнениями), от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации», а также на основе Законов Российской Федерации от 15 января 1995 г. «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», от 21 декабря 1994 г. № 68-ФЗ «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» и постановления Правительства Российской Федерации от 04 сентября 2003 г. № 547 «О порядке подготовки населения в области защиты от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» и в соответствии с требованиями Приказа Минобразования России от 18 июня 1997 г. № 1221 «Об утверждении Требований к содержанию дополнительных профессиональных образовательных программ».

Курс подготовки по данной программе проходят студенты и курсанты высших и средне-специальных учебных заведений МЧС России, начальники и заместители начальников управлений гражданской защиты территориальных органов МЧС России, начальники и сотрудники отделов аудиовизуального медиадokumentирования ЦУКС, ОДС и управлений информацией МЧС России по субъектам Российской Федерации (РФ), начальники и сотрудники отделов (отделений, групп) пропаганды и связям с общественностью территориальных органов МЧС России.

Обучение представителей руководящего и командного состава осуществляется в форме повышения их квалификации, осуществляемого не реже одного раза в 5 лет. Обучение организует Департамент кадровой политики МЧС России в соответствии с требованиями Указа Президента Российской Федерации от 28 декабря 2006 г. № 1474 «О дополнительном профессиональном образовании государственных гражданских служащих Российской Федерации» и ежегодного приказа МЧС России «Об организации и проведении обучения руководящих кадров, сотрудников и специалистов МЧС России, должностных лиц и специалистов гражданской обороны и единой го-

сударственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций в образовательных учреждениях МЧС России по программам дополнительного профессионального образования».

Курс подготовки призван способствовать получению обучаемыми углубленных практико-теоретических знаний, умений и навыков по вопросам обеспечения медиаобразовательной и медиапроизводственной оперативной деятельности по сравнению с уровнем знаний по этому вопросу, получаемых в ходе повышения их квалификации в рамках единой системы подготовки населения в области гражданской обороны и защиты от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Программа рассчитана на 72 (108) академических часа и предполагается к реализации в Институте Развития АГЗ МЧС России, Институте переподготовки и повышения квалификации АГПС МЧС России и учебных центрах ФПС МЧС России (УЦ ФПС).

Учебные группы комплектуются преимущественно из лиц одной или родственных категорий обучаемых, с учетом уровня их подготовки. Количество слушателей в группе не должно превышать 25 человек. Для проведения практических занятий разрешается учебную группу делить на подгруппы численностью 12-13 человек. При проведении занятий в форме деловых игр допускается деление группы на подгруппы, численность которых определяется штатной структурой создаваемых для проведения деловой игры органов управления РСЧС и замыслом используемой формы обучения.

Продолжительность ежедневных учебных занятий с преподавателем планируется не менее 6 учебных часов. Кроме того, ежедневно (кроме предвыходных и предпраздничных дней) предусматривается 2 часа на самостоятельную работу слушателей. Часы самоподготовки используются для изучения дополнительных учебно-методических пособий, работы с фото-, аудио- и видеозаписывающими приборами, консультаций, а также просмотра и прослушивания показательных учебно-образовательных видео-, аудио- и фотоматериалов по темам курса.

Перед практико-теоретическими выездными занятиями с использованием наглядного или рабочего профессионального электромеханического съёмочного оборудования (особенно это важно в условиях предполагаемых или реальных ЧС) руководитель доводит до слушателей информацию о мерах безопасности под роспись и несет персональную ответственность за их соблюдение при подготовке и в ходе занятий.

Были разработаны требования к уровню освоения курса обучения. Специалисты МЧС России, прошедшие повышение квалификации по данной программе, должны:

знать правовые основы обеспечения оперативного медиапроизводства в условиях ЧС природного, техногенного или какого-либо другого характера; технические и технологические требования профессионального оперативного медиапроизводства в условиях ЧС; основные мероприятия оперативного медиапроизводства в условиях ЧС; основы планирования и организации мероприятий по оперативному медиапроизводству в условиях ЧС;

уметь: планировать мероприятия по оперативному медиапроизводству в условиях ЧС в рамках своих функциональных обязанностей и организовывать их выполнение; профессионально пользоваться основными видео-, фото- и аудиозаписывающими и телевизионно-съёмочными приборами в условиях ЧС;

иметь представление: об использовании профессионального телевизионно-съёмочного оборудования на ЧС в исторической ретроспективе российского и зарубежного опыта; о требованиях к обеспечению технической безопасности при оперативном медиапроизводстве в условиях ЧС; о порядке функционирования системы государственного управления в области предупреждения, оповещения и информирования населения в условиях ЧС.

Уровни «иметь представление» и «знать» достигаются проведением лекционных, семинарских занятий и самостоятельной работой слушателей. Уровень «уметь» достигается проведением практических занятий.

В учебно-тематическом плане курса представлено наименование *программы обучения* («Основы ведомственной, опе-

ративно-мобильной журналистики для оперативных репортёров МЧС России (от системы к творчеству)», *цель обучения* (получение слушателями знаний, умений и навыков в области организации выполнения мероприятий по оперативному медиапроизводству в условиях ЧС природного, техногенного или какого-либо другого характера); *продолжительность обучения* (72/108 академических/учебных часа/ов); *форма обучения* (очная форма с отрывом от работы или дистанционная форма без отрыва от производства); режим занятий: 12 (18) дней по 6 учебных часов и 2 часа самостоятельной подготовки в день.

К *категориям обучаемых* отнесены: студенты и курсанты высших учебных заведений АГПС и АГЗ МЧС России, профильных факультетов «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью»; начальники и заместители начальников управлений гражданской защиты территориальных органов МЧС России; начальники и сотрудники отделов ЦУКС МЧС России по субъектам РФ, занимающиеся оперативным медиадокументированием ЧС; начальники и сотрудники отделов (отделений, групп) пропаганды и связей с общественностью территориальных органов МЧС России; начальники и сотрудники отделов (отделений, групп) ОДС НЦУКС МЧС России.

г. Москва

Прогностическое оружие: возможные угрозы для общественного сознания

Аннотация: Передовые технологии в растущей мере влияют на общественное сознание, на эффективность стратегической коммуникации. В статье рассматриваются некоторые последние достижения в области прогнозной аналитики, указывающие на возможность создания нового вида информационно-психологического оружия – прогностического, имеющего определенные количественные и качественные характеристики. Применение такого оружия против стран БРИКС может крайне негативно сказаться на общественном развитии и стратегической коммуникации всего объединения, что требует своевременной теоретической и практической проработки средств его нейтрализации.

Ключевые слова: стратегическая коммуникация, БРИКС, Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР, информационное противоборство, большие данные, перспективные технологии, прогнозная аналитика, прогностическое оружие, общественное сознание.

Одним из эффективных средств воздействия на общественное сознание и общественные процессы становится прогнозная аналитика¹ на основе больших данных [3; 5]². Спектр положительных возможностей здесь весьма широк: все более точное предсказание природных катаклизмов, общественных беспорядков, негативных процессов в экономике и т. д., в чем объективно заинтересовано общество. Однако появляется и дополнительный риск манипулирования научными прогнозами³ с целью оказания желаемого воздействия на целевые ауди-

¹ Средства и методы обработки структурированных и неструктурированных данных огромного объема и разнообразия в целях увеличения эффективности человеческой деятельности.

² Видимо, в мире нет ни одной страны, где не было бы той или иной степени манипулирования научными прогнозами, однако современная прогнозная аналитика явно расширяет возможности на этом направлении.

тории. И тот, кто располагает более совершенными технологиями прогнозной аналитики, имеет и большие возможности как для нейтрализации манипулятивных действий противника, так и для собственных активных действий на этом новом поле.

Прогнозная аналитика в сфере безопасности в США предлагается сегодня целым рядом компаний, например, *Recorded Future* [12], *Palantir Technologies* [11] и др., которые получают финансирование, в частности, от венчурной компании ЦРУ *In-Q-It*, которая нацелена на «определение, адаптацию и использование инновационных решений для поддержки миссий Центрального разведывательного управления и в целом разведывательного сообщества США» [9]. Прогнозная аналитика органично вписывается в потребности нового важного направления разведки США – т. н. «предвосхищающей разведки» (*anticipatory intelligence*), которое было представлено в Национальной стратегии разведки США 2014 г. Данное направление занимается определением и характеристикой «...возможных значимых событий, существенных возможностей или угроз национальным интересам США» [14, p. 7].

Одним из действующих продуктов в области «предвосхищающей разведки» является уже более двух лет функционирующая программа EMBERS – «Тлеющие угольки», которая была запущена IARPA⁴ еще в 2012 г. Ее полное наименование – «Распознавание событий на основе ранних моделей с применением суррогатов» (*Early Model Based Event Recognition Using Surrogates*). Программа основана на использовании больших данных для прогнозирования значимых событий, таких как социальные беспорядки, вспышки заболеваний, результаты выборов в Юж-

³Агентство передовых исследований в сфере разведки (*Intelligence Advanced Research Projects Activity, IARPA*) – исследовательская структура в ведении Директора национальной разведки США. IARPA было создано в 2007 году для выполнения научных исследований в интересах разведывательного сообщества США.

⁴Агентство передовых исследований в сфере разведки (*Intelligence Advanced Research Projects Activity, IARPA*) – исследовательская структура в ведении Директора национальной разведки США. IARPA было создано в 2007 году для выполнения научных исследований в интересах разведывательного сообщества США.

ной Америке. В декабрьском номере академического журнала *Big Data* за 2014 г. группа авторов программы подробно рассматривает результаты проекта с точки зрения оценки возможных волнений на примере стран Латинской Америки. EMBERS представляет детальные прогнозы, включая дату, место, тип события (требование ли это повышения зарплаты или обеспечения безопасности граждан), характеристику протестного населения (работники образования, фабричные рабочие, врачи и т. д.), определяя при этом возможную погрешность в прогнозе [7, p. 185]. Программа оперирует как открытыми источниками информации, такими, как *Twitter*, так и более сложными и качественными информационными продуктами, как экономические индикаторы. В день программа обрабатывает около 5 млн. сообщений. И только по возможностям гражданского протеста EMBERS дает свыше 50 прогнозов (предсказываются события, отстоящие от настоящего момента на 30 дней в будущем). В частности EMBERS предсказал с высокой точностью время, динамику, масштабы и интенсивность волнений в июне 2013 г. в Бразилии, а также масштабы и характер, но не итоги беспорядков с применением оружия в Венесуэле в феврале 2014 г. Очевидный успех программы позволил расширить область ее применения на другие регионы мира.

Относительная точность прогноза может быть, однако, использована не только для манипулятивного воздействия на целевую аудиторию с целью доказательства «неизбежности» определенного процесса или какого-либо события и его последствий. Это лишь «легкое» прогностическое оружие, но даже о нем не шла речь в академической статье по итогам разработки, финансируемой IARPA. Между тем теперь вполне возможны разного рода усилия по целенаправленной научно-обоснованной коррекции будущего из настоящего с применением «тяжелого прогностического оружия». Например, та или иная программа дает прогноз, что в результате волнений будет несколько жертв и на протестную демонстрацию выйдет порядка 10 тыс. человек, что не приведет к свержению правительства. Определенные структуры могут, получив соответствующую

информацию, за месяц до события попытаться еще больше обострить ситуацию, скажем, увеличив количество жертв «кровавого режима» и добавив в их число более знаковые фигуры. Затем вновь может быть проведена проверка последствий через соответствующую программу с последующей коррекцией результатов.

К сожалению, США дают основания высказывать подобные предположения, не только опираясь на многолетнюю историю их вмешательства во внутренние дела других стран и поддержку десятков государственных переворотов. Например, в отношении Венесуэлы подобные предположения подкрепляются целым рядом обстоятельств.

В апреле 2002 г. США содействовали военному перевороту против правительства Уго Чавеса, признав спустя несколько часов после ареста законно избранного президента мятежное правительство, которое не удержалось у власти и трех дней. Соединенные Штаты и далее осуществляли подрывные акции против правительства Венесуэлы, включая и поддержку акций вооруженного крыла оппозиции, повлекшие за собой многочисленные человеческие жертвы.

Обратимся к армейскому учебному пособию США «Нетрадиционные военные действия сил специального назначения». Командующий Управлением Специальных Операций США (United States Special Operations Command (USSOCOM) определяет нетрадиционные военные действия (НВД) как «операции с целью помочь движениям сопротивления или мятежникам принудить, расколоть или свергнуть правительство или оккупационную силу посредством действий подполья, иностранных наемников или партизанских сил на территории противника... Назначение нетрадиционных военных действий – использовать политические, военные, экономические слабости противника в ходе развития и поддержки сил сопротивления для достижения стратегических целей США [13, р. 1-1]. Разумеется, это все оправдывается интересами национальной безопасности США.

В марте 2015 г. Барак Обама, усиливая давление на Венесуэлу, переживающую период острых социальных и экономиче-

ских трудностей, объявляет эту страну «угрозой национальной безопасности Соединенных Штатов» и вводит ряд санкций [10]. А близ границ Венесуэлы, в соседней Колумбии, США еще в 2009 г. получили право на использование военных баз вопреки протестам со стороны Венесуэлы и многих других стран Латинской Америки [6].

Таким образом, интеграция достижений EMBERS и др. подобных программ в военную практику выглядит возможной в самых разных вариантах. Соответствующая интерпретация новых возможностей США в области спецопераций допустима и не может не насторожить многие страны в условиях современной сложной и опасной международной обстановки. Ведь даже вне зависимости от намерений и действий США подобные программы могут попасть к самым реакционным режимам, включая и ИГИЛ. Последствия нетрудно представить.

Речь идет не о запрете подобных разработок. Вряд ли это возможно и нужно. Мы начали анализ с вполне очевидных и полезных возможностей прогнозной аналитики, включая повышение эффективности борьбы с терроризмом. Страны БРИКС наращивают свои усилия в области анализа больших данных и прогнозной аналитики, видимо, учитываются и возможности развития прогностического оружия.

В 2016 г. *Alibaba Group* запускает облачную платформу больших данных с намерением содействовать всестороннему развитию и доступности новых технологий по всему Китаю [4; 8]. В России Центром исследования легитимности и политического протеста запущена программа, которая получила название «Демон Лапласа» — в честь одноименного персонажа математического эксперимента начала XIX века. Система начинает мониторинг и анализ экстремистских групп, а также предлагает решения по выявлению в социальных сетях вербовщиков террористов [1; 2].

Прогностическое оружие в растущей мере будет оказывать воздействие на стратегическую коммуникацию в услови-

ях международной напряженности. Оно не только дает новые возможности для нейтрализации государства-агрессора или деятельности асоциальных групп, но и представляет серьезные риски для демократического общества со стороны реакционных внутренних и внешних сил. Представляется целесообразным формирование в России межведомственной междисциплинарной рабочей группы по изучению различных аспектов развития и применения прогностического оружия. Целесообразна координация усилий на этом направлении и в рамках БРИКС. Спектр существующих и перспективных угроз применения прогностического оружия намного шире проанализированных в настоящей статье, и он постоянно растет. При этом важным (хотя и не единственным) средством защиты от асоциального воздействия прогностического оружия на общественное сознание служит моральное и физическое здоровье нации, полноценное использование творческого потенциала людей, искоренение социальной несправедливости, развитие взаимовыгодных добрососедских отношений между государствами.

г. Москва

Литература

1. «Демон Лапласа» 2.0: В России начали отслеживать акции протеста через интернет // PR portal. URL: prportal.com.ua/Fakty/demon-laplasa-20-v-rossii-nachali-otslezhivat-akcii-protesta-cherez-internet (accessed 09.01.2016).
2. «Демон Лапласа»: поиск вербовщиков в соцсетях // ТАСС. 07.12.2015. URL: tass.ru/proisshestiya/2501424 (accessed 09.01.2016).
3. Майер-Шанбергер В., Кукьер К. Большие данные: Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим. М.: Изд. Манн, Иванов и Фербер, 2014.
4. 2016 Chinese Internet trends: cloud computing, big data infrastructure nature even more prominent // International SOS. URL: sos.dianlake.com/2016021723595.html (accessed 09.01.2016).
5. Baesens B. Analytics in a Big Data World: The Essential Guide to Data Science and its Applications. Wiley and SAS Business Series. 2014.
6. Colombia, U.S. sign deal on use of bases // CNN.Com. 30.10.2009. URL: edition.cnn.com/2009/WORLD/americas/10/30/us.colombia.bases/index.html (accessed 09.01.2016).
7. Doyle A. Forecasting significant societal events using the EMBERS streaming predicative analytics system // Big Data. 2014. №4.

8. Gilchrist. A. Alibaba launches big data cloud platform in China // Betanews. URL: betanews.com/2016/01/25/alibaba-launches-big-data-cloud-platform-in-china (accessed 09.01.2016).

9. In-Q-Irt. URL: www.iqt.org (accessed 09.01.2016).

10. Mason E., Rampton R. U.S. declares Venezuela a national security threat, sanctions top officials // Reuters. 09.03.2015. URL: www.reuters.com/article/us-usa-venezuela-idUSKBN0M51NS20150309 (accessed 09.01.2016).

11. Products built for a purpose // Palantir. URL: www.palantir.com (accessed 09.01.2016).

12. Recorded Future for Threat Intelligence Teams // Recorded Future. URL: www.recordedfuture.com/solutions/threat-intelligence (accessed 09.01.2016).

13. Special Forces Unconventional Warfare. Training Circular №18-01 Headquarters Department of the Army. Washington, DC, 30 November 2010.

14. The National Intelligence Strategy of the United States of America 2014. Office of the Director of National Intelligence, 2014.

У. Перцева, М. Халиуллина
(Оренбургский государственный
педагогический университет)

Интеграция медиаобразования в систему высшей школы

***Аннотация:** в статье определены понятия медиаобразования и системы высшей школы России. В работе описаны сложности включения медиаобразовательных методов в современное образовательное пространство и выделены принципы адаптации их в преподавание. Предлагается несколько направлений интеграции медиаобразования в систему высшей школы России.*

***Ключевые слова:** интеграция, медиаобразование, медиакультура, медиапедагогика, медиабезопасность, высшая школа, СМИ, медиаграмотность.*

Не вызывает сомнений тот факт, что медиаобразование стало приоритетным направлением мировой и отечественной педагогической практики. Вместе с тем в нашей стране образовательная среда в течение последних десятилетий сталкивалась с большим количеством трудностей, которые были вызваны скоростью смены требований к условиям информатизации общества и неспособностью образования моментально отвечать им (что проявилось не только в технологическом, но и в концептуальном плане). Расширение медиапространства, в которое вовлечены процессы всестороннего внедрения инноваций и возрастающая потребность в формировании медиаграмотности населения, обуславливает явление информационного перенасыщения как среди обучающихся, так и среди преподавателей.

Сегодня личность предъявляет принципиально новые требования не только к своему образованию, но и к характеру функционирования социальной среды в целом. Человек постиндустриального общества желает удовлетворения ранее не актуализированных потребностей, среди которых можно выделить в первую очередь стремление овладеть навыком защиты от неблагоприятного медиавоздействия. Мы наблюдаем,

насколько востребованным становится освоение навыков медийной компетенции для приобретения опыта успешного сопротивления нежелательным эффектам не только со стороны СМИ, но и средств массовой коммуникации в целом.

Как утверждает в своих исследованиях практик медиаобразования В. Зайцев, «наиболее важными задачами медиаобразования в данный момент большинство педагогов считает выработку критического и избирательного отношения учеников к содержанию информации, получаемой из средств массовой информации» [2, с. 145]. В дополнение к вышеназванному уточним, что сегодня преподаватель вынужден также и отвечать на вызовы, выраженные в ряде абсолютно новых запросов со стороны общества. Они заключены в социальном заказе медиаграмотных специалистов различного профиля и должны быть удовлетворены с максимально возможной эффективностью, создавая конкурентные преимущества для профессионалов не только внутри отечественного рынка труда, но и за рубежом. Мы уверены, что именно медиаобразование как «связанное одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, так и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания» позволяет сделать это возможным [5, с. 27]. Следовательно, встает актуальный вопрос о том, как именно происходит интеграция медиаобразовательных методик и технологий в систему высшей школы России.

Напомним, что «высшая школа – это совокупность учебных заведений, готовящих специалистов высшей квалификации для различных отраслей хозяйства страны, культуры и государственного управления, в которую входят академии, университеты, институты, колледжи» [1, с. 18]. Из этого определения следует, что система высшей школы является специфичным социальным институтом, который функционирует по своим особым принципам. Именно коренное отличие высшей школы от сходных по своим функциям социальных структур позволяет ей внедрять концепцию медиаобразования с наибольшим охватом разнообразных форм обучения и всесторонней интеграции

ей ценных методических приемов и технологий. К сожалению, включение инновационных методов в нашу образовательную систему на данном этапе характеризуется преимущественно догоняющим темпом развития и большой долей заимствования зарубежного опыта. Однако это обстоятельство способно привести собой фактор преимущества, проявляющийся в том, что мы можем использовать непосредственно те технологии, что уже были апробированы на Западе в течение многих лет или даже десятилетий. При этом следует придерживаться идеи поступательного отбора из существующей методической базы наиболее результативных для нашей реальности приемов обучения, исключив неудачные или заведомо неэффективные.

По мнению медиапедагога А. В. Онкович, «актуальность внедрения медиаобразования ... обусловлена тем, что в учебном процессе возникает принципиально новая концепция профессиональной подготовки, включающая медиаобразовательные стратегии с целью формирования медиакультуры как необходимой составляющей профессиональной культуры будущего специалиста» [3, с. 87]. Соглашаясь с исследователем, предлагаем выделить некоторые направления интеграции медиаобразования в систему высшей школы, в рамках которых заключены перспективные возможности для использования их в педагогической деятельности.

В первую очередь мы считаем важным учитывать не только повсеместно распространенные медийно-образовательные тенденции, но и использовать также уникальный региональный опыт, демонстрирующий многообразие форм применения уже известных технологий. Примерами этого могут служить: фестиваль медиаобразования «Ветер перемен» для юных корреспондентов в г. Новосибирске, конкурс документальных фильмов «Добрый Интернет» Уральского центра инновационных образовательных технологий, курсы повышения квалификации, центры формирования медиаграмотности (областной фестиваль детской прессы «Тужурка» в г. Оренбурге и проч.).

Стоит учесть, что нельзя забывать о традиционной медиаобразовательной школе (факультативный подход в меди-

педагогике Ю. Н. Усова или ранее востребованные формы кинообразования). Использование ее наработок является широким полем деятельности не только для узкопрофильных специалистов, занимающихся конкретными исследованиями информационной составляющей преподавания, но и для педагогов-практиков в целом. Примерами такого рода адаптации могут служить воспитание критического мышления у обучающихся посредством овладения навыками «чтения» медиатекстов, иллюстрирование школьных или вузовских дисциплин учебными фильмами, применение технологии формирования критического мышления и другие.

Нельзя также упускать из виду необходимость опираться на иностранный опыт в сфере медийной педагогики. В качестве положительного примера стоит обратиться к реализации этого направления в Канаде, США и Великобритании, где медиаобразование является общеобязательным и сопровождается всесторонней поддержкой по инициативе не только государства, но и множества общественных организаций [4, с. 16]. В целом, при рассмотрении опыта медиаобразования за рубежом необходимо учесть то, что изучение медиа введено во все без исключения учебные дисциплины. Не только студентами высших учебных заведений, но и школьниками в обязательном порядке осваивается курс по работе с материалами медийной культуры; повсеместно преподаются технологии медиакommunikации. Тут на вооружение необходимо взять не только глубину проникновения медиаобразования в систему высшей школы, но и в целом фундаментальный межпредметный характер его изучения.

И наконец, наиболее перспективной формой интеграции медиаобразования в современную вузовскую систему мы склонны считать подход, который призывает использовать компромиссное сочетание разнообразных медиаобразовательных направлений. На данном этапе медиапедагог стоит перед проблемой выбора – опираться в своей профессиональной деятельности на концептуальную систему какого-то одного подхода к проблемам медиаобразования (который зачастую является узким и не отвечает масштабным и несколько пространственным запро-

сам аудитории), либо использовать в работе абстрактные рекомендации по повышению медиаграмотности учащихся. Примером может послужить популярный ранее «инъекционный» (защитный подход), призывающий учащихся овладевать навыками защиты от негативного медиавоздействия. В противовес ему выступает так называемая культурологическая теория, которая утверждает, что медиа и аудитория всегда находятся в состоянии открытого диалога, исключающего серьезные риски для последней. Мы осознаем, что сегодня ни один из этих взглядов не может быть применен на практике в своем первоначальном виде. Однако тщательно выверенное их сочетание способно в разы повысить эффективность медиаобразования и тем самым адаптировать его для системы высшей школы в независимости от того, в преподавании каких дисциплин оно используется. Нам следует помнить, что реализация медиаориентированных стратегий по формированию информационной грамотности, а также создание соответствующих педагогических условий на практике способны не только решить задачи модернизации, но и предвосхитить сопутствующие требования информационной эпохи.

г. Оренбург

Литература:

1. Воронин А. С. Словарь терминов по общей и социальной педагогике / А. С. Воронин. – Екатеринбург, 2006.
2. Зайцев В. Ю. Роль медиаобразования в деятельности современного педагога / В. Ю. Зайцев // Человек и образование, 2011, № 2. – С. 143-145.
3. Онкович А.В. Медиадидактика высшей школы : профессионально-ориентированное медиаобразование / А. В. Онкович // Вестник Челябинского государственного университета, 2013, № 22. – С. 86-91.
4. Федоров А. В. Медиаобразование в США, Канаде и Великобритании / А. В. Федоров, А.А. Новикова, В. Л. Колесниченко, И. А. Каруна. – Таганрог, 2007.
5. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – М., 2014.

О. Полунина
(Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»)

Информационно-коммуникационные технологии в Латинской Америке – новые возможности или возможные трудности?

***Аннотация:** киберпространство и информационная безопасность – ключевые темы, обсуждаемые на разных площадках и уровнях. Информационный прогресс, развитие технологий и увеличение числа исследований и исследователей данной проблематики также свидетельствуют о ее актуальности. Большое количество ошибок, различных угроз, отсутствие четких правил и достаточного положительного опыта открывают широкие возможности для манипуляций в сети, диффамации и прочих киберугроз.*

***Ключевые слова:** киберугрозы, диффамация, Латинская Америка, Куба, США.*

Последнее десятилетие характеризуется мощным скачком в развитии ИКТ. Глобальный охват, мгновенный обмен информацией, отсутствие границ и барьеров – несомненные плюсы, которые принято называть при описании результатов данного развития. Однако есть и не менее серьезные проблемные «места», которые стали появляться практически синхронно. И многие из них уже успели стать объектами научного интереса.

Каплан [2] и др., к примеру, утверждают, что независимо от того, находится человек официально на военной службе или нет, неофициально, он все равно исполняет воинскую повинность, будучи простым пользователем GPS. Система разработана, реализована и эксплуатируется Министерством обороны США. В середине 1990-х гг. технология стала доступна для использования в гражданских целях, когда первый автомобиль, сдаваемый в аренду, был оснащен навигационной системой. С тех пор «альянс» военных, гражданских, правительственных и

коммерческих интересов только укреплялся. Обновляя статус в Facebook или отмечая геолокацию, мы каждый раз оказываемся задействованы в «военной операции». И совершенно не важно, в какой стране мы находимся и каким гаджетом пользуемся, так как навигационные спутники GPS принадлежат правительству США. Дериан [1] считает, что «война глубоко въелась в повседневную жизнь в виде военно-промышленной медиа-развлекательной сети». В Латинской Америке навигационная система используется при бизнес-перевозках очень широко, а в Бразилии, к примеру, скоро станет обязательной.

Интересен и тот факт, что США и европейские страны традиционно доминируют в сфере надзора, контроля над траекторией развития Интернета, однако самый быстро растущий сегмент клиентской базы находится на юге. Латинская Америка и страны Карибского бассейна – это самый быстро растущий сегмент интернет-аудитории, с превалирующим способом выхода в Интернет через мобильное устройство, около 95 % пользователей состоят в тех или иных социальных сетях, а также лидируют по количеству времени, проведенного в этих сетях. «Интернет родился в Силиконовой долине, но его будущее лежит на улицах Рио-де-Жанейро». Для большинства правительств латиноамериканских стран это означает отсутствие достаточной инфраструктуры для обеспечения безопасности своих граждан, курсирующих по просторам Интернета.

ИКТ также содержат в себе мощный потенциал политической мобилизации за счет создания социальных сетей и возможностей онлайн коммуникаций. Пережив десятилетия гражданских войн, хунты и военные перевороты, Латинская Америка «обрела» сейчас вполне демократический инструмент, поддерживающий «в тонусе» легитимную власть. Маргинализованные слои населения организуются в социальные протестные движения под предлогом защиты прав человека или экологических вопросов, становясь серьезной проблемой для политических и экономических элит.

ИКТ функционируют на разных уровнях, с разными целями и задачами. К примеру, телефонные переговоры, текстовые

сообщения и электронные письма используются для быстрого распространения информации. Сайты и блоги – для артикуляции своей политики. Социальные сети призваны обеспечить массовый эффект и даже привлечь внимание зарубежных аудиторий. В рамках такой парадигмы появился новый предмет исследования – «местный кибер-активизм». В Бразилии, например, подобный активизм может превратиться из виртуальной в самую настоящую реальную проблему, если учесть, что коренное население представлено 230 народами, около миллиона человек (перепись 2010 г.).

Глобальная экономика, современные технологии и прочие блага цивилизации совершенно не означают, что они доступны всем: даже туристические поездки в разные страны доступны далеко не каждому. Зато социальные сети и информационные продукты ведущих мировых СМИ доступны. Наблюдение Липпманна о том, что люди зависят от СМИ в формировании картины мира, причем мира – в прямом смысле, актуально по сей день. Массмедиа и новые медиа играют ключевую роль в формировании имиджа той или иной страны. Для большинства стран Латинской Америки это означает, что они «светят» отраженным светом и воспринимаются через призму ведущих западных СМИ. Свет в этой призме, как известно, преломляется, под воздействием разнообразных манипулятивных технологий. Приведем несколько примеров.

Формирование окружения. Технология состоит в специальном формировании информационного окружения вокруг личности кубинского лидера, в данном случае для снижения степени доверия к нему. Итак, читаем статью под названием «Продовольственное изобилие намекает на перемены с новым Кастро» [4]. Довольно издевательски выглядит прямое обращение к читателю в самом начале: «Разве рисоварка может вызвать коренные изменения?». Далее в таком же ключе рассказывается, насколько не просто непопулярны, а несостоятельны предпринимаемые шаги: «микроскопические перемены», «чинить на скорую руку» и т. п.

Эта же технология положена и в основу статьи в октябрьском номере 2010 г. *Harper's Magazine* «Быть кубинцем 30 дней»

[6, p. 43–57]. Очень субъективистское и очень экспрессивное повествование американского журналиста, решившего примерить на себя кубинскую национальность, формирующее контекст восприятия всего, что касается Кубы, которое наполнено эмоционально-оценочной лексикой, словами с ярким коннотативным значением, которые, как известно, не столько определяют понятие, сколько выражают отношение к ним говорящего: *tragic moment* (трагический момент), *amateurish interrogation* (любительский допрос), *scrubby fields* (заросшие неухоженные поля), *muddy border* (грязная граница) и т. п. Умеет автор пользоваться и метафорическим переносом: «Она (проститутка – Прим. автора) представляла собой классический пример кубинской экономики в действии» [6, p. 56].

Но даже не это главное, хотя по замыслу, очевидно, это сравнение должно было сыграть роль кульминации в его рассказе, так как автор приберет его к концу – знакомство с проституткой и, как оказалось, с экономикой Кубы, состоялось на предпоследней странице. Главное – это то, что сюжет сконцентрирован вокруг единственной темы – голод, нехватка еды, постоянный квест в ее поисках, воровство, чтобы получить еду, подсчет калорий при помощи мобильного приложения, сны о еде, голодный обморок. Не «наш человек в Гаване». После такого «откровения» остается надеяться, что у автора все сложится хорошо, ведь заканчивает он словами: «Я сменил национальность и набрал вес» [6, p. 57]. Национальность, кстати, можно было и не менять, потому что средняя продолжительность жизни кубинца по данным ВОЗ [3] на 2012 г. – 79 лет, и в США – тоже 79.

Прямое опровержение. Этот метод довольно незамысловат – опровергать соответствующие факты, заявления и достижения противоположной стороны. Разберем его на примере отчета делегации социальных работников. Этот документ оставляет стойкое приятное «послевкусие» о совместной работе, о важных кубинских достижениях, о взаимопонимании и прочих значимых вещах. Параллельно, тоже в 2011 г., публикуется статья Р. Струссера [5] в сборнике ASCE «Куба в движении» (*Cuba in Trasition*) с «многообещающим» заголовком «Развей-

вая мифы о кубинской системе здравоохранения». Сравниваем: в отчете значится пункт об особом положении пожилых людей и качественной заботе как со стороны общины, так и семьи («High esteem for elders, who give and receive strong family and community support» – p. 9; «Interdisciplinary gerontological assessment and community-based intervention for elders who are at risk for isolation and disability» – p. 10); в статье – все с точностью до наоборот. Автор утверждает, что в погоне за сокращением детской смертности старики остаются без внимания (5: «... the relative lack of attention to elder and even adult care of both genders...» – p. 226).

Факты о сокращении детской смертности и увеличении продолжительности жизни рассматриваются автором статьи не иначе как идеологически «показательные» показатели, подогнанные под международные стандарты ООН [5, p. 227]. Интересно, если это действительно можно сделать, пусть даже в идеологических целях, какие страны из списка ВОЗ еще этим занимаются?

И еще о детской смертности и идеологии. Автор статьи утверждает, что из собственного опыта знает о том, как подделываются отчеты о том, родился ли ребенок мертвым или умер на первых минутах жизни. И все это происходит под давлением чиновников. Позволим себе еще один вопрос. На кого легче оказать давление – на группу специалистов в составе делегации или на одного специалиста, который к тому же знаком с практикой подделки отчетов? Ну а тот факт, что кубинские врачи работают по всему миру, автор статьи оценивает не иначе как Троянского коня, приносящего революционные идеи вместе с медицинской помощью.

В данной статье можно найти и еще один манипулятивный прием – перенос негативного образа, а читательской аудитории предлагается находить собственные ассоциации. К примеру, в явно медико-санитарном контексте статьи слишком часто, на наш взгляд, проскальзывают понятия другого лексического поля. Приведем примеры: смутная идеологическая цель советской тоталитарной всеобщей системы здравоохранения (*obscure*

ideological goal of Soviet totalitarian universal primary health care – P. 222); в обстановке цензуры и запугивания (*in an environment of censorship and intimidation P. 222*); угнетающий и доводящий до нищеты эгалитарный социализм в советском стиле (*oppressive and impoverishing Soviet-style egalitarian socialism P. 222*); предвзятые кубинские чиновники (*biased Cuban officials P. 222*); отсутствие свободы выражения, передвижения и других свобод (*the lack of free expression, travel and other liberties P. 222*); советская революционная мифология перенесенная на Кубу (*Soviet-style revolution mythology transferred to Cuba P. 223*); репрессивный аппарат кубинского правительства (*Cuban government's repressive apparatus P. 227*); пассивное подчинение политическому давлению и пожизненное страдание на острове (*passive acceptance of political oppression and endurance of the lifetime suffering in the island P. 230*); социо-экономический хаос (*socio economic chaos P. 230*); пропагандистские цели (*propaganda reasons P. 230*). При желании можно продолжить. Эффект такой гибридизации лексических полей, видимо, должен вызвать эмоциональный отклик у читателя и единение с точкой зрения автора.

Информационные мероприятия вокруг Кубы хотя и не носят острый характер, зато представляют собой полную палитру способов, методов и приемов системного информационного противоборства. Скорее всего, объяснить такое положение вещей можно исходя из следующих позиций: во-первых, правительство Р. Кастро не собирается никому ничего доказывать на международной арене, так как считает, что все уже было доказано с победой социалистической революции и с тех пор ее идеалы не померкли, в связи с чем, ведя довольно уравновешенную внешнюю политику, Р. Кастро сосредоточен на решении внутренних проблем.

Не имея формальных поводов для агрессивных нападков на страну, США избрали тактику, если можно так сказать, «рациональной критики» – обсуждают реформы и достижения, проблемы и пути решения, формируя образ отсталой страны, регресс которой как раз и начался чуть более 50 лет назад. Во-вторых, прекрасно понимая, что формируемый образ Кубы не

совсем совпадает с реальным положением дел, несмотря на определенные трудности и проблемы, Куба и ее лидер имеют вес на международной арене, да и союзнические отношения с Россией продолжают крепнуть, что еще раз подтвердил визит российского президента в июле 2014 г.

Итак, киберпространство таит в себе множество возможностей и угроз. Показательным является заявление министра ВС Великобритании Ника Харви о том, что «Действия в киберпространстве станут частью сражений будущего, а кибероружие станет неотъемлемой частью арсенала страны». На чьей стороне окажется самый многочисленный контингент?

г. Москва

Литература

1. Derian D. Virtuous Wars : Mapping the military-industrial-media-entertainment network. Boulder, CO : Westview. 2001.

2. Kaplan C., Loyer E., Daniels E. Precision Targets: GPS and the Militarization of Everyday Life // Canadian Journal of Communication. 2013. Vol.38.

3. Life Expectancy : Life Tables (Cuba, the USA). – URL: www.who.int/gho/countries/en/ (07.04.2014).

4. Stores Hint at Change Under New Castro. 02.05.2008. URL: www.nytimes.com/2008/05/02/world/americas/02cuba.html?pagewanted=all (03.08.2014).

5. Strusser R. Demystifying the Cuban Health System : an Insider's View. ASCE, 2011. – P. 222–234.

6. Symmes P. 30 Days as Cuban // Harper's Magazine. 2010.

О. Скибина, А. Чернова
(Оренбургский государственный педагогический университет)

Адаптация медиаобразовательных программ для детей с ограниченными возможностями в рамках инклюзивной школы

Аннотация: в статье анализируется зарубежный и отечественный опыт по внедрению инклюзивного образования. Рассматриваются основные проблемы адаптации и реализации медиаобразовательных программ и их составляющих в условия инклюзивной школы. В заключении автором сделан вывод о том, что в России наблюдается существенный недостаток медиапрограмм для детей с ограниченными возможностями, в отличие от давно практикующих стран Запада.

Ключевые слова: медиаобразование, инклюзивная школа, инклюзия, медиапрограмма, дети с ограниченными возможностями здоровья.

Современный социум переживает активный процесс интеграции медиаобразования практически во все сферы учебной деятельности. Такая реструктуризация возникает как в системе общеобразовательных, так и коррекционных программ, направленных на формирование представлений, умений и навыков в работе с медиа. Программы могут быть репрезентированы в качестве отдельных факультативов, курсов, дисциплин, а также внедряться в уже существующие предметы. Но если Россия только встает на путь медиапедагогике, то страны Запада являются в этом отношении давно практикующими. Поэтому основной задачей остается адаптация уже «отработанных», готовых медиаобразовательных методик или разработка новых отечественных медиапрограмм, которые будут учитывать особенности детей разных социальных групп. На данный момент остается нерешенной проблема создания и адаптации медиаобучающих программ для детей с особенностями развития, это обусловлено тем, что подход в образовании такой категории детей индивидуализирован.

В Федеральном законе №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» обучающийся с ограниченными возможностями здоровья обозначен как «физическое лицо, имеющее

недостатки в физическом и (или) психологическом развитии, подтвержденные психолого-медико-педагогической комиссией и препятствующие получению образования без создания специальных условий» [4, с. 6]. Такие дети требуют к себе особого внимания, коррекционно-развивающих занятий, помощи в социализации и идентификации личности. Поэтому, чтобы достичь положительного результата, было введено так называемое инклюзивное образование. Наиболее точное и целостное для нашего исследования определение этому термину дает кандидат психологических наук С. В. Алехина, которая отмечает, что «сегодня инклюзивным или включающим образованием называют совместное обучение детей с ограниченными возможностями здоровья с нормативно развивающимися сверстниками» [1, с. 2].

Также изучением инклюзии занимались американские ученые Р. Джаней и М. Снелл, чью монографию «Инклюзивная практика обучения: изменение и адаптация школьных учебных программ» перевели на русский язык, что положительно отразилось на восприятии зарубежного опыта и формировании новых методик на основе уже известных и протестированных. По мнению исследователей, началом успешного перехода от традиционного образования к инклюзивному, должно стать планирование «с рассмотрением того, какие части программы и методики могут охватить всех учеников» [2, с. 48]. Таким образом, используется универсальный подход, который, по мере необходимости, индивидуализируется. Соглашаясь с исследователями, на основе эмпирии можно создать некую ментальную модель по формированию различных учебных программ, способствующих адаптации детей с ограниченными возможностями в образовательный процесс.

Если в России инклюзивные программы уже прошли некую апробацию и внедряются по мере возможности, то медиаобразование как отдельный компонент еще только начинает входить в учебную деятельность. Мы считаем, что целесообразнее говорить о так называемом «инклюзивном медиаобразовании». По мнению Е. Талаевой, оно представляет собой «участие

детей и подростков с ограниченными физическими возможностями в создании медиатекстов наряду с другими участниками медиаобразовательного процесса» [5, с. 4]. В рамках нашего исследования мы будем понимать этот термин в более широком смысле – как совместную работу или деятельность детей с особенностями развития и их здоровых сверстников в системе медиаобразовательного пространства.

В связи с этим возникают некоторые трудности по реализации и адаптации такого рода проектов. Прежде всего, барьером служит подготовка учителей, которая должна включать в себя навыки различного характера. Они должны иметь представление об особенностях развития детей с ограниченными возможностями, об их образовательных потребностях, о том, как и каким образом, нужно адаптировать и социализировать такого ребенка в общую школу. Поэтому педагог обязан пройти соответствующие курсы по переподготовке, ознакомиться и изучить предложенные программы по медиаобразованию, а также рассмотреть «модель проведения адаптаций» [2, с. 71], которая представляет собой «концептуальный инструмент, позволяющий структурировать весь процесс разработки, использования и оценки индивидуализированных адаптаций в инклюзивном процессе обучения» [2, с. 71].

Для того чтобы адаптировать медиаобразовательную программу, потребуется определенное количество изменений, прежде всего ее объема, так как она будет включать в себя не только традиционные разделы для здоровых детей, но и особые для учеников с ограниченными возможностями. Например, Ю. Усов предлагает программу «Медиаобразование» для учащихся 10-11-х классов общеобразовательной школы, при этом дифференцируя ее на пять основных блоков: «Медиаобразование; Экранная реальность в медиаобразовании школьников; Человек – окружающая среда – возможности ее освоения, осмысления, идентификации; Технологии, усовершенствующие освоение окружающего мира, моделирующие человеческое сознание; Дигитальное тысячелетие – новая фаза цивилизации» [6, с. 55-59]. В инклюзивной среде хорошим дополнением станут разде-

лы, которые будут направлены на развитие критического мышления, так как одной из часто встречающихся проблем у детей с ограниченными возможностями является нарушение волевой сферы, которая должна помочь ребенку не поддаваться влиянию «навязанной» информации или точки зрения.

Еще одним преобразованием могут быть различные составляющие, которые включают в себя теоретико-практический материал о межличностной коммуникации. Это позволит учащимся коммуникативно раскрепоститься, преодолеть речевые барьеры, замкнутость и скованность. Такие занятия способствуют развитию правильной речи, которая является основополагающим звеном при создании какого-либо медиапродукта.

Важным и ключевым компонентом инклюзивной программы по медиаобразованию должна стать «позитивная взаимозависимость» [2, с. 63], то есть те задания, которые направлены на взаимопомощь. Например, работа в группах с распределением ролей. Это могут быть редакторы, репортеры, режиссеры, корреспонденты, дизайнеры и др. В ходе таких ролевых игр учащиеся быстро приспособятся действовать сообща, поймут, что каждый из учеников – это часть одного коллектива, что преимущественно важно для детей с особенностями развития.

Следующий этап адаптации медиаобразовательной программы будет зависеть от психологических и физических возможностей ребенка. Исходя из его особенностей, к которым относятся слабый слух, задержка психического развития, нарушение речи, «недифференцированность», «инактивность», «константность восприятия» [3, с. 103] и т. п., курс медиаобразования имеет необходимость во включении ряда изменений, направленных на эффективность обучения детей с учетом их недостатков. Например, при работе с медиатекстами, слабовидящие дети испытывают определенный дискомфорт, чтобы избежать отставания по программе и создать максимально благоприятные условия для всех учеников, нужно сделать акцент на увеличение текста и изображений, которые демонстрируются в ходе занятия. При индивидуальной работе действует тот же принцип увеличения, а также воспроизведения ярких, четких

картинок. Если это слабослышащие дети, то программа должна включать в себя визуальный ряд, с помощью которого ученик сможет полностью погрузиться в тему занятия. Но нельзя забывать о том, что визуальную и аудиальную теорию необходимо дозировать по 7-10 минут, так как по истечении данного времени внимание обучающихся рассредоточивается. Решением этой проблемы станет чередование различных видов деятельности. Стоит отметить, что без необходимого технического оснащения, создания специальной образовательной среды реализация программы невозможна, так как только наличие оборудования и специальных удобств (пандусов, подъемники, противоскользящее напольное покрытие и много другое) позволяет детям с особенностями развития передвигаться беспрепятственно.

Проанализировав программы по инклюзивному образованию и медиаобразованию как в России, так и за рубежом, можно сделать вывод о том, что отечественные наработки еще не соответствуют тому уровню, который достигнут на Западе. Медиаобразовательные программы в рамках инклюзивной школы существуют только «в режиме» интеграции с другими общеобразовательными предметами или выделяются как отдельная дисциплина, факультатив только в рамках обычной школы. Данная проблема с каждым днем все больше набирает свою актуальность и значимость. Дети с ограниченными возможностями здоровья – это уязвимая социальная группа, которая нуждается в получении соответствующего образования, направленного на анализ, структурирование, обработку и создание информационного потока. Решением этих сложных и объемных задач может стать разработка медиапрограммы для инклюзивной школы с дальнейшим совершенствованием.

г. Оренбург

Литература

1. Алехина С. В. Инклюзивное образование для детей с ограниченными возможностями здоровья / С. В. Алехина // Современные образовательные технологии в работе с детьми, имеющими ограниченные возможности здоровья: монография / Н. В. Новикова, Л. А. Казакова, С. В. Алехина. – Красноярск, 2013. – С. 71–95

2. Джаней Р. Инклюзивная практика обучения : изменение и адаптация школьных учебных программ. Главы из книги / Р. Джаней, М. Е. Снелл : пер. с англ. И. С. Аникеев. – М., 2013.
3. Калмыкова Е. А. Психология лиц с умственной отсталостью: Уч.–метод. пособие / Е. А. Калмыкова. – Курск, 2007.
4. Кельцева А. А. / Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» : по сост. на 2014: с коммент. юристов / А. А. Кельцева, Н. А. Наххас, И. В. Разумова, С. Е. Прыгунов. – М., 2014.
5. Талалаева Е. М. Неограниченные возможности медиаобразования и люди с ограниченными возможностями / Е. М. Талалаева // Медиакультура новой России : методология, технологии, практики : сб. статей. – Екатеринбург, 2007. – С. 497–504.
6. Усов Ю. Н. Медиаобразование. Программа для учащихся десятого-одинадцатого класса общеобразовательной школы / Ю. Н. Усов // Основы экранной культуры. – М., 1998. – С. 55–59.

Сочинения на свободную тему в медиаподготовке школьников

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы, связанные с возвращением в средние школы итогового сочинения.

Ключевые слова: средняя школа, итоговое сочинение, свободная тема, русский язык и литература, русская словесность, медиакритика, жанр, СМИ.

Возвращение с 2014 года в средние школы итогового сочинения, которое к тому же становится для некоторых учеников значимым при поступлении в вузы, поначалу воспринималось как мотивировка, якобы восстанавливающая у молодежи интерес к классической литературе. Тем более что «жанр идеального школьного сочинения» не рассматривается теперь – по образцу середины 1990-х – в качестве «литературоведческого исследования в миниатюре» [1, с. 7]. Однако вскоре выяснилось, что на смену одной отвлеченности пришла другая.

В центре «Официальных критериев оценки итогового сочинения» значителен буквально следующее: «Участник должен строить рассуждение, привлекая для аргументации не менее одного произведения отечественной или мировой литературы, избирая свой путь использования литературного материала <...>. «Незачет» ставится при том условии, что сочинение написано без привлечения литературного материала» [2]. Сходны с этим и «Рекомендации по оценке сочинений для вузов»: здесь, если «сочинение написано без привлечения литературного материала, или литературные произведения лишь упоминаются в работе, не становясь опорой для рассуждения» [3], соискателю выставляется 0 баллов.

Казалось бы, художественная литература таким образом выдвигается в центр: без представления о ней невозможно достичь успеха. Однако на практике она должна лишь «привлекаться» «для аргументации» в виде «материала» – причем, выражаясь прямо: материала подсобного, иллюстративного. Да и может ли быть

иначе, если к этому же подталкивает и самый тип формулировок тематики итоговых сочинений – вот (целиком) один из комплектов: «106. Когда хочется остановить мгновение? 202. Что дом может рассказать о своём хозяине? 301. Какие качества раскрывает в человеке любовь? 406. Согласны ли вы с мыслью, что жизненный путь – это постоянный выбор? 503. Чтение литературного произведения – труд или отдых?» [4]. В результате профанацией оборачиваются и принцип использования художественной литературы исключительно в аргументативной функции, и ограничение потенциального свода доводов только книжными премудростями.

Естественно, такое положение дел вызывает протест. В частности, его осторожно выразила в последнем номере журнала «Русская словесность» за прошлый год Л. Бердышева, которая обратила внимание на то, что реальным «прототипом итогового сочинения в современной школе является сочинение на свободную тему» [5, с. 28] и что такие объёмные высказывания всегда «опирались на личный жизненный опыт учащегося, на непосредственные наблюдения над явлениями природы, общественной жизнью, научно-техническим прогрессом» [5, с. 28]. То есть пафос автора вполне определенный: свободные темы должны трактоваться не только в литературной огласовке.

Наверное, список претензий можно и продлить – в том числе в противоположную сторону. Свободные темы не должны столь тотально доминировать: необходимы варианты заданий, позволяющие гуманитарно ориентированным учащимся показывать и свои знания в области истории литературы, и свои навыки анализа художественных произведений. Однако там, где речь заходит об интерпретации собственно свободных тем, Бердышеву хотелось бы поддержать.

При этом мы вынуждены учитывать и такое обстоятельство: настойчиво дискутируется вопрос о введении в ближайшее время для старшеклассников нового предмета «Русский язык и литература» (или «Русская словесность») [6]. И одна из насущных потребностей подобной реформы связывается с развитием устной и письменной речи учащихся, формированием у них коммуникативных компетенций. Разумеется, последние могут

складываться и на материале большой литературы, демонстрирующей высокие образцы общения, культуру отношений и той же речи. Духовный потенциал русской классики неоспорим, и его следует раскрывать всеми силами и всеми возможными способами. И все же, осуществляя концепцию интегрального образования, следует помнить: его смысл состоит «не в том, чтобы передать учащимся набор готовых знаний, а в том, чтобы научить их эффективнее учиться у самой жизни» [7].

Какими способами этот процесс допустимо стимулировать? Прежде всего через освоение не только литературоведческих и литературно-критических, но и речевых, а также журналистских жанров с соответствующей житейской и социальной проблематикой. Это подкрепляется, кстати, и тем, что разработчики новейшего итогового сочинения рассматривают его как открытое, «метапредметное» [5, 26]. А сама подготовка могла бы вестись не только в классе, на плановых уроках, но и в системе дополнительного обучения (например, на курсах юных журналистов) или за счет осуществления медиаобразовательных факультативов – особенно в творческой их части. В конце концов, общая цель средней школы заключается не столько в обеспечении стопроцентной сдачи ЕГЭ, сколько во всестороннем развитии личности молодых людей.

Основам обучения устной и письменной речи на занятиях по русскому языку в начальной и средней школе посвящена все более пополняющаяся методическая литература – сошлюсь, к примеру, на пособие О. Казарцевой [8]. Сам же я – по вполне понятным, надеюсь, причинам – остановлюсь на коммуникативном потенциале подготовки медийной. В целом она включает в себя четыре основных аспекта, предполагающих овладение: теорией массмедиа, информационной грамотностью, азами медиакритики и практическими журналистскими навыками.

Заявленная здесь проблема прежде всего актуализирует презентацию последнего из перечисленных модулей, творческого и коммуникативного. Его задачи отчасти решаемы даже в рамках уроков словесности. В частности, среди так называемых свободных тем на пути к итоговому сочинению вполне уместны были бы

и такие: «Мои источники информации», «Что означает выражение: «Факты священны, комментарии вольны?», «Репортаж с места события», «Газета моей мечты», «Телевидение – фабрика звезд», «Людей неинтересных в мире нет», «Моя жизнь в Интернете», «Блог – медиа простого человека», «О факте (эссе)», «Нас всех подстерегает случай» (Неожиданные повороты судьбы)», «Как СМИ формируют человека? (опыт создания статьи)», «Мои медийные предпочтения», «Интервью с нашим учителем», «Телевизионные новости на разных каналах (обозрение)», «Фельетон о городской рекламе», «Популярная радиопередача: авторы, идеи, решения», «Узнаваемый портрет (очерк об известном человеке)», «Пресса: власть, зеркало или служанка?», «Интернет – медиасреда будущего» [9] и т. п.

При оценке работ учитываются общий кругозор учащегося; способность свободно высказываться не только на общечеловеческие, но и на современные темы; наличие убедительных фактов и аргументов при ее освещении; умение адекватно задаче выражать свои мысли и наблюдения; четкость мировоззренческой и этической позиции; оригинальность исполнения; уровень владения нормативной грамматикой и стилистикой.

Одновременно отрабатываются или впервые постигаются журналистские и медиакритические жанры. Некоторые из них фигурируют уже в составе формулировок: репортаж, блог, эссе, статья, интервью, обозрение, фельетон, очерк. Кроме того, назову заметку, корреспонденцию, отчет, комментарий, аннотацию, рецензию, программное выступление, памфлет и добавлю, что представление о них можно получать не только пассивно, теоретически, и закреплять не только в ходе письменной реализации. На тех же уроках словесности обучают (или необходимо обучать) навыкам разнообразного устного коммуницирования – разумеется, на сей раз на передний план выдвигаются речевые формы (монолог, беседа, дискуссия, полилог), но в один ряд с ними легко встают и такие журналистские методы, как, например, интервьюирование носителей информации. Причем задания подобного рода выполняется в режиме как индивидуальном (тогда важен уже выбор ньюсмейкера), так и групповом (скажем, во время пресс-конференции с директором школы).

Другая эффективная форма – это проведение развивающих творческих конкурсов. Задача одного из предлагаемых заключается в том, чтобы представить информацию наиболее четко и компактно. Учитель с намеренными подробностями, перестановками и отступлениями рассказывает о каком-либо событии, а школьники должны вычлениить суть происходившего и зафиксировать ее в небольшом сообщении или лидер-абзаце. Критерии оценки того, что получилось, вынесены в название, а, если быть точнее – в девиз конкурса: «Изложить короче и ясней». Не исключено, что созидательно-письменную часть работы опять-таки стоит предварять устным аналитическим разбором прототипической ситуации [10].

Активизация коммуникативной деятельности развертывается далее факультативно и элективно. В особенности стимулирует ее регулярная работа школьников над самостоятельными медийными проектами в виде газет, сайтов, иногда журналов и даже телевизионных программ. Проблематика размещаемых здесь материалов (чаще всего сходная по типу со свободными темами сочинений) не столько диктуется сверху (хотя случается и такое), но отыскивается и формулируется самими учащимися.

Наличие собственных СМИ рассматривается в современных условиях не просто как престижная, но как непременная часть PR-деятельности образовательного учреждения. Их функционирование преследует достижения нескольких целей: внутренних (развитие корпоративной культуры, прогнозирование и погашение конфликтов) и внешних (формирование и поддержание имиджа). И закономерна заинтересованность администрации в том, чтобы выпуски оказались яркими, выразительными, впечатляющими. Но здесь же скрыты возможности, чтобы убедить руководство школ в потребностях специальной медийной подготовки учащихся.

Организация деятельности самостоятельных редакций обычно строится в формате долговременной деловой игры – с распределением и сменой ролей внутри коллектива, планированием деятельности, поэтапным продвижением созданного медиапродукта к аудитории, включающим в себя публичную презентацию, проведение чита-

тельских конференций, осуществление других форм промоушна. А самих слушателей факультативов и курсов, участников творческих объединений дополнительно можно привлечь оказанием помощи им в ведении личных онлайн-дневников. Как отмечают эксперты, журналистика сейчас стремительно молодеет: отдельные подростки уже в 13-14 лет становятся топовыми блогерами [11]. И в связи с повсеместным утверждением интернета преподавателям словесности надо разрабатывать не только новые методики работы с учащимися, но и не забывать – при условии их совершенствования – о традиционных. В том числе о написании сочинений на свободные темы.

г. Иваново

Литература

1. Шаповал С. ...Свое суждение иметь / С. Шаповал // Русский язык: Еженедельное приложение к газете «Первое сентября», 1996. – № 21.

2. <http://sochinenie11.ru/novosti/349-oficialnye-kriterii-ocenki-itogovogo-sochineniya.html>

3. <http://sochinenie11.ru/novosti/350-rekomendacii-po-ocenke-ochineniy-dlya-vuzov2.html>

4. <http://sochinenie11.ru/o/388-vse-temy-sochineniy-2-dekabrya-2015-goda.html>

5. Бердышева Л. Р. Сочинение в современной школе как форма итоговой аттестации / Бердышева Л. Р. // Русская словесность, 2015, № 6.

6. См. об этом, например: Что это за предмет такой – «русский язык и литература»? // Литература, 2016. – № 1. – С. 55–59.

7. Манхейм К. Диагноз нашего времени /К. Манхейм – М., 1994. – С. 462.

8. Казарцева О. М. Культура речевого общения: Теория и практика обучения / Казарцева О.М. – М., 1999.

9. Примерно половина формулировок позаимствована из статей : Фролова Т. И. Медиаобразование школьников /Т. И. Фролова // Медиаобразование в школе : сб. программ преподавания дисциплин. – М., 2010. – С. 41; Чельшев В. Vivat, абитура! / В. Чельшев // Журналист, 2011, № 5. – С. 82.

10. Сценарии других конкурсов – см., например, в кн.: Страшнов С. Л. Основы массового медиаобразования : Учеб. пособие / С. Л.Страшнов. – Воронеж, 2009. – С. 151–157.

11. Из выступления Г. С. Клименко, советника Президента РФ, председателя правления Института развития Интернета, 5 февраля 2016 года на пленарном заседании международной научно-практической конференции «Журналистика в 2015 году: Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы» (Москва, факультет журналистики МГУ).

Роль средств массовой информации в медиаобразовании школьников (региональный опыт)

Аннотация: в статье рассматривается медиаобразовательный опыт Издательского дома «Мир Белогорья».

Ключевые слова: СМИ, медиаобразование, регион, школьники.

Современный медиатизированный социум характеризуется растущей ролью средств массовой информации играют как в повседневной жизни, так и в системе образования, включая школьный уровень. Потребность в подготовке подрастающего поколения к активной и продуктивной жизни в условиях социальной среды, насыщенной огромными массивами медийной информации, до настоящего времени недостаточно осознана образовательным сообществом.

В новых реалиях информационного общества основным бенефициаром наступившего «медийного изобилия» стала молодежная аудитория, в том числе школьники начального и среднего звена. Снижение стоимости услуг интернет-провайдеров с многократным увеличением пропускной способности (скорости) коммуникационных каналов, сопровождающиеся появлением цифровых мобильных устройств (смартфоны, планшетные компьютеры и т. д.) на фоне взрывного развития новых медиа способствовали возникновению так называемого «феномена *Media Sapiens*» – «человека медийного».

В то же время информационная эпоха принесла новые вызовы и риски, с которыми не сталкивались предыдущие поколения потребителей медиа.

Во-первых, «ускорение» общественных процессов и обилие информационных источников запустило новые механизмы потребления информации. Коммуникация посредством текста стала по преимуществу сводиться к обмену краткими сообще-

ниями, что привело к снижению объёмов чтения. Молодое поколение, стремящееся к экономии времени и языковых средств, выбирает мессенджеры и онлайн-продукты, позволяющие отправлять и получать краткие сообщения, часто мультимедийные (Twitter, Instagram и т. д.).

Во-вторых, переориентация детской и подростковой аудитории с печатных средств массовой информации на электронные привела к примитивизации и деградации большей части потребляемого ею контента (краткие новостные сообщения в социальных сетях, демотиваторы и т. д.). Даже на сайтах традиционных СМИ, предлагающих потребителю онлайн-версию печатного медиапродукта, наблюдается спад интереса к «длинному чтению». При этом оборотной стороной мультимедийности (сайты с большим количеством видеоконтента, фотогалереи, лонгриды и т. д.) стало появление в 2000-е гг. поколения «визуалов», которые *не столько читают текст, сколько просматривают его*, концентрируясь на рисунках, фотографиях, инфографике и видеоконтенте. Указанная тенденция привела также к снижению объёмов чтения литературы (как художественной, так и документальной): юной аудитории сложно сконцентрироваться даже на чтении электронной книги на планшетном компьютере в силу постоянного соблазна перейти по гиперссылке или ответить на поступившее предложение пообщаться в социальной сети.

В-третьих, обилие источников информации приводит к формированию клипового мышления, когда молодой потребитель бездумно переключает телевизионные каналы или переходит по гиперссылкам, будучи не в состоянии сконцентрироваться на аналитической передаче или серьёзном тексте. Как результат, поколение молодых россиян, характеризующееся высоким уровнем компетенций в сфере высоких технологий и виртуозно взаимодействующее с мобильными устройствами, в то же время не обладает сформированным критическим мышлением. Некритическое восприятие предъявляемой традиционными и новыми медиа действительности актуализирует риски манипулирования данной аудиторией деструктивными политическими

силами (примером является вовлечение отдельных представителей подростковой аудитории в экстремистские сообщества или вербовка молодёжи в ИГИЛ благодаря бездумному восприятию информации в интернете «на веру») и коммерческими структурами (формирование «армий» лояльных потребителей путём продвижения зачастую сомнительных брендов в новых медиа).

В-четвёртых, несмотря на то, что с развитием новых медиа почти каждый гражданин, имеющий доступ к интернету, независимо от возраста становится полноправным участником медиакommunikации. Данный факт до конца не осознан аудиторией. Среднестатистический школьник, размещающий фотографии в онлайн, не отдаёт себе отчет в том, что на него (с некоторыми оговорками) распространяются нормы информационного и авторского права, предусмотренные действующим законодательством Российской Федерации. Низкая информационная культура зачастую приводит к нарушению права на неприкосновенность частной жизни, утечке персональных данных (в том числе несовершеннолетних), использованию социальных сетей в мошеннических целях.

Хотя своевременность вышеуказанных вызовов не вызывает сомнений у психологов и специалистов по коммуникативистике, а также в научно-образовательном сообществе (в первую очередь на факультетах журналистики российских вузов), они остаются не озвученными на уровне широкой аудитории. Проблемы культуры потребления и производства массовой информации до настоящего времени не нашли отражения в образовательных программах школ и вузов (например, в рамках курса ОБЖ). При этом в ряде стран мира *медиаграмотность* является неотъемлемой частью школьной программы, а формирование у молодежной аудитории навыка и потребности в чтении газетно-журнальной периодики является частью государственной политики в сфере развития информационного общества.

В сложившихся условиях безусловный интерес представляет медиаобразовательный опыт Издательского дома «Мир Белогорья» – автономной некоммерческой организации (Белгородская область), выступающей учредителем ряда печатных и

электронных изданий: областной общественно-политической газеты «Белгородские известия», спортивной еженедельной газеты «Смена», молодёжного журнала «ОнОнас», детского журнала «Большая переменка», интернет-газеты «БелПресса» (www.belpressa.ru) и др.

С 2014 года при редакции детского журнала «Большая переменка» действует Школа юнкоров. Бесплатные занятия проходят в очно-заочной форме, причём не только в виде лекций и мастер-классов, но и экскурсий в (например, школьники познакомились с работой белгородского почтамта, побывали в клубе исторической научной реконструкции «Хранители», в выставочном зале «Родина» и т. д.). В ходе каждого занятия юнкоры получают творческое задание, а лучшие материалы детей публикуются на сайте «Большой переменки» (www.pereminka31.ru) и в печатной версии журнала.

Участник Школы юнкоров получают первичные представления о медиаобразовании. Очевидно, что очень немногие из них свяжут свою дальнейшую судьбу с журналистикой. Однако привитие базовых познаний о социальном функционировании средств массовой информации, сущности профессии журналиста и других профессий социальных коммуникаторов (пиармена, рекламиста и др.), а также передача первичных знаний о медийных форматах и жанрах, терминологии массовых коммуникаций через СМИ актуально не только для участников школьных редколлегий, но и для всего общества в целом, включая детей и подростков. Одна из задач Школы юнкоров – сформировать у подрастающего поколения познания и навыки в прочтении (декодировании) и интерпретации медиатекстов, а не только в их создании.

В 2015 году в журнале «Большая переменка» появилась рубрика «Занимательная журналистика», посвященная истории и современности массмедиа, а также навыкам выживания в медийном мире. Героями рубрики стали школьники Генка и Ленка. На страницах издания они узнают о том, откуда взялись журналисты и чем жёлтая пресса отличается от качественной,

выясняют плюсы и минусы социальных сетей, осознают опасность клипового характера потребления информации.

В конце 2015 года «Занимательная журналистика» была представлена в виде отдельного издания, выпущенного при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и направленного на повышение медиаграмотности школьников, формирование у детей и подростков интереса к чтению качественной периодики, поддержку талантливых детей. *«Карл Маркс, которого одно время чуть не списали как устаревшего и неактуального, был прав, утверждая, что бытие определяет сознание, – сообщают авторы в предисловии к изданию. – Сознание наших детей в значительной степени определяет то бытие, которое предъявляют им средства массовой информации – традиционные, вроде журналов или телевидения, и новые – вроде социальных сетей, которые всё больше «затягивают» детей и подростков. Как мы все понимаем, медийная реальность может разительно отличаться от реальной жизни. А для маленького гражданина, делающего в этой жизни первые шаги, очень важно научиться отличать реальную жизнь от виртуальной».*

Выпущенное тиражом 2000 экземпляров издание было распространено по белгородским школам и получило положительные оценки руководства Союза журналистов России, специалистов в сфере массовой коммуникации, Общественной палаты Центрального федерального округа и уполномоченного по правам ребёнка в Белгородской области. PDF-версия журнала размещена для свободного скачивания на сайте детского журнала www.peremienka31.ru.

В 2015 году Издательский дом «Мир Белогорья» совместно с управлением молодёжной политики Белгородской области организовал более десяти мини-тренингов для старшеклассников в муниципальных образованиях Белгородской области. В рамках мастер-класса «Сказки о журналистике» учащиеся получают возможность познакомиться с природой массовой коммуникации, учатся отличать истинную информацию от ложной, формируют критическое отношение к медийной реальности,

которую продуцируют ангажированные СМИ. События из сказки о Красной Шапочке, изложенные с точки зрения Волка, Лесоруба и Бабушки, могут разительно отличаться от версии Шарля Перро. Точно так же и «реальная реальность» отличается от реальности виртуальной – той самой, которую продуцируют для своей аудитории многие массмедиа.

Думается, опыт региональной редакции может представлять интерес для дальнейшего изучения и использования. В процессе приобретения и развития медиакомпетентности учащихся не следует недооценивать школьный этап формирования личности, которой предстоит жить и развиваться в информационном обществе.

г. Белгород

В. Тулунов
(Воронежский государственный университет)

«Медиаобразование» – для магистрантов

Аннотация: в статье рассматривается «Медиаобразование» как учебная дисциплина магистерского уровня.

Ключевые слова: медиаобразование, магистратура, магистрант, бакалавр, массмедиа, СМИ.

Полноценной системы обучения населения квалифицированным контактам с массмедиа, осознанному, критическому отношению к прессе, телевизионным и радиоканалам, а также к интернету в России нет. И думается, настало время включения в школьное, а затем и в вузовское обучение (хотя бы в качестве факультативного предмета) дисциплины «Медиаобразование»: ведь в информационную среду погружен каждый из нас, и перед каждым обязательно встает проблема поиска и выбора качественной информации журналистского или просветительского, коммерческого или развлекательного характера.

Начиная с середины 90-х годов прошлого века в России стали повсеместно открываться кафедры и факультеты журналистики. Сегодня таких центров подготовки работников СМИ в РФ уже более 130, и некоторые из них в заботе о будущем контингенте студентов открыли специальные классы, где не только знакомят старшеклассников с основами журналистики, но и учат детей самим готовить журналистские публикации, выпускать учебные газеты¹. Организовывались также подготовительные курсы, основная задача которых – подготовка к главному на журфаках вступительному испытанию: экзамену «Творческий конкурс». Но важно заметить, что и у учеников спецклассов, и у слушателей курсов остается свобода выбора даже: если кто-то решит не связывать свое будущее с журнали-

¹На факультете журналистики действует Школа юных журналистов для ребят 8-10-х классов и Воскресная школа журналистики – для одиннадцатиклассников.

стикой, знания об этой сфере и навыки работы с медиаслани-ями останутся у человека на всю последующую жизнь.

В последние годы набирает ход медиакритика, выполняющая в том числе задачи медиаобразования. Ею занимаются прежде всего преподаватели факультетов журналистики, готовя публикации в местных СМИ по проблемам взаимоотношения власти и прессы, этике профессии, обзоры печати, органично вписывающиеся в тематическую структуру как федеральных, так и местных СМИ. Монографии, учебники, учебные пособия российских преподавателей и исследователей журналистики, научно-практические конференции, семинары по проблемам массмедиа, Фестивали, Дни прессы, областные и городские конкурсы журналистов (в том числе среди школьников, студентов, представителей спортивной, деловой и др. прессы) – все это также может способствовать эффективному медиаобразованию населения.

XXI век неслучайно называют веком коммуникаций, и качество информации, в том числе передаваемой через СМИ, является главной проблемой нового времени. В роли коммуникаторов, использующих этот самый массовый канал, прежде всего выступают *журналисты* (корреспонденты и редакторы, собирающие, обрабатывающие и транслирующие общественно-политическую информацию), *рекламисты*, оформляющие определенным образом коммерческую информацию, *пиармены*, использующие СМИ для решения самых разнообразных задач по достижению своей основной цели – управление имиджем, и др. Во всех случаях основным средством становится слово – печатное или звучащее, дополняемое значимой визуальной информацией. Аудитория находится под воздействием самой различной массовой информации – публицистической, официально-статистической, просветительской, развлекательной, рекламно-справочной и пр. Для аудитории СМИ важно воспринять сведения, которые так или иначе будут полезны ей, и вряд ли обыватель в массе своей задумывается о том, к какому виду относится та или иная публикация. Думается, для каждого человека важно отличать журналистскую инфор-

мацию от информации коммерческой, и уж тем более самим профессионалам необходимо понимать, какой медиатекст они готовят – журналистскую статью, рекламную заметку или PR-публикацию.

Как известно, в магистратуру могут поступать выпускники любых бакалаврских направлений. Магистерские программы направления «Журналистика» могут выбрать: российские бакалавры и российские специалисты направления «Журналистика»; выпускники факультетов всех направлений гуманитарного и социального профиля; выпускники естественных факультетов российских университетов; иностранные бакалавры или специалисты направления «Журналистика», а также выпускники гуманитарных факультетов, выпускники естественных факультетов российских и зарубежных вузов. То есть часть магистрантов, несмотря на вступительные испытания, имеет достаточно расплывчатое представление о медиасистеме, тем более – о специфике публицистики, ее жанрах и т. д. Вот почему так важно включение в их учебный план дисциплины «Медиаобразование», овладение которой не помешает и тем, кто уже знаком с основами, историей, теорией и практикой журналистики.

На первом занятии магистрантов знакомят с целями и задачами учебной дисциплины, а также структурой курса. Учащиеся выбирают темы рефератов на основе вопросов, подготовленных преподавателем для промежуточной аттестации студентов («Возникновение и развитие массмедиа», «Массмедиа в XIX и XX вв.: сравнительный анализ тенденций», «Виды и формы медиаобразования», «Методика проведения социологического исследования предпочтений аудитории в области медиакультуры» и др.).

Параллельно студенты выбирают СМИ для подготовки обзора из предлагаемого списка, подобного этому:

Федеральные газеты: «Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Коммерсантъ», «Новая газета», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Российская газета», «Собеседник». **Местные газеты:** «Берег», «Воронежский курьер», «ВК-7», «Коммуна», «МОЁ!». **Федеральные журналы:** «Журналист», «Журналистика и медиарынок», «Огонёк», «Русский

репортер», «Советник». Местные журналы: «Воронеж», «Де-факто», «Пульс», «Слова». **Федеральные ТВ-каналы:** «Звезда», «Культура», НТВ, «Первый канал», ОТР, «Россия», ТВЦ. **Местные ТВ-каналы:** ВГТРК, «Губерния». **Федеральные РВ-каналы:** «Автордио», «Вести Радио», «Голос России», «Дорожное радио», «Европа Плюс», «Радио Маяк», «России FM», «Серебряный дождь». **Местные РВ-каналы:** ВГТРК, «Благовестие», «Борнео». **Федеральные сайты:** «Газета.ру», «Релга.ру», «Свободная пресса», «Частный корреспондент». **Местные сайты:** 3бон, «Абирег», «Время Воронежа», «Политгазета.ру», «Четыре пера», «Юнайс.ру».

В течение последующей недели каждый студент получает электронные файлы методических материалов, в том числе подробный тематический план курса с указанием фамилий студентов, выступающих в определенный день с рефератом или с обзором СМИ. Предлагается и библиографический список литературы, необходимый как для написания реферата, так и для подготовки к зачету:

1. Бевор Э. Юные, медиа и медиаобразование // Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка. – М., 1994. – С.29-35.

2. Берман Л., Халтурин И. Ребятам о газете : Что делать с газетой школьнику и пионеру. – Л., 1927.

3. Бондаренко Е. Медиаобразование как фактор реализации стандартов в образовательной области «Обществознание» // На пути к 12-летней школе. – М., 2000. – С. 188-194.

4. Вартанова Е., Засурский Я. Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели // Информационное общество, 2003, № 3. – С. 5–10.

5. Доценко Е. Психология манипуляции: Феномены, механизмы и защита. – М., 2000.

6. Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. – М., 1997.

7. Журналистика и медиаобразование – 2007 : в 2-х т. – Белгород, 2007.

8. Журналистика и медиаобразование в XXI веке. – Белгород, 2006.

9. Журналистское образование в XXI веке : Кого, кому и как учить журналистике? – Екатеринбург, 2000.

10. **Засорина Т., Федосова Н.** Профессия – журналист. – Ростов-на-Дону, 1999.

11. **Корконосенко С.** Преподаем журналистику : Профессиональное и массовое медиаобразование. – СПб., 2004.

12. **Короченский А.** «Пятая власть»? : Медиакритика в теории и практике журналистики. – Ростов-на-Дону, 2003.

13. Медиаобразование сегодня : Содержание и менеджмент. – М.-Таганрог-Апатиты, 2002.

14. **Новикова А.** Медиаобразование в англоязычных странах // Педагогика, 2001 : № 5. – С.87–91.

15. Обучение написанию сочинений разных жанров : Методические рекомендации. – М., 2000.

16. **Панкратов В. Н.** Защита от психологического манипулирования. – М., 2004.

17. Преподавание дисциплин печатных СМИ : Методика и практика. – М., 2007.

18. Преподаем журналистику : взгляды и опыт (Медиаобразование: концепции и перспективы). – СПб., 2006.

19. Прохоров Е. Исследуя журналистику : Теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. – М., 2005.

20. **Рэндалл Д.** Универсальный журналист. – Великий Новгород-СПб., 1999.

21. **Свитич Л.** Профессия – журналист. – М., 2003.

22. **Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т.** Четыре теории прессы. – М., 1998.

23. **Страшнов С.** Актуальные медиапонятия. – Иваново, 2012.

24. **Страшнов С.** Основы массового медиаобразования : Учеб. пособие. – Воронеж, 2009.

25. **Тулупов В.** Азбучные истины. – Воронеж, 2015.

26. **Тулупов В.** Уроки журналистики. – Воронеж, 2015.

27. **Тур К.** Книга идей для преподавателей журналистики. – М., 2006.

28. Фатеева И. Медиаобразование : теоретические основы и опыт реализации. – Челябинск, 2007.

29. Федоров А. Медиаобразование во Франции // *Alma mater: Вестник высшей школы*, 2001, № 3. – С. 46–47.

30. Федоров А. Медиаобразование : История, теория и методика. – Ростов-на-Дону, 2001.

31. Шариков А. В. Медиа-образование // *Российская педагогическая энциклопедия: В 2 т. Т.1.* – М., 1993. – С.555–556.

32. Шариков А. В. Проблемы изучения средств массовой коммуникации в школах Запада // *Советская педагогика*, 1988. – № 5. – С. 125–130.

33. Якушина Е. Новая информационная среда и интерактивное обучение: Работа в Сети Интернет // *Лицейское & гимназическое образование*, 2000. № 2. – С. 22–25.

На первом же занятии студенты получают домашнее задание по заполнению специальной анкеты с вопросами «С чем ассоциируется для Вас слово «журналистика»?», «Какими свойствами, на Ваш взгляд, должна обладать массовая информация?», «Какие из функций СМИ являются для Вас наиболее важными?» и др. [1]. На одном из последующих занятий преподаватель анализирует ответы на анкету – его комментарии служат углублению знаний студентов, связанных с пониманием массмедиа, журналистики, публицистики и др.

В рамках изучения данной дисциплины предполагается также выпуск специального номера газеты «Медиаобразование» силами слушателей дисциплины, из числа которых выбирается редактор и ответственный секретарь (остальные – корреспонденты); посещение учебных редакций факультета журналистики и одной из редакций местного СМИ.

Такой подход помогает достижению цели учебной дисциплины «Медиаобразование» (анализ развития медиаобразования с точки зрения его использования в процессе обучения аудитории) и решению ряда задач (изучение понятийного аппарата медиаобразования; характеристика основных этапов исторического развития медиаобразования в мире; анализ современной социокультурной ситуации, особенностей развития медиаобразования в

различных странах; изучение медиаобразовательной методике). Являясь одной из дисциплин по выбору, «Медиаобразование» осваивается магистрантами параллельно с дисциплинами «Современные теории массовой коммуникации», «Деонтология журналистики» и ряда профильных дисциплин. Этот курс является необходимым для эффективного изучения последующих дисциплин «Методология и методика медиаисследований» и «Современные медиасистемы», что позволяет студентам оценить роль медиа в современном мире, представить в комплексе мировую систему массовой информации, освоить современные методы работы с аудиторией.

Такой подход позволяет сформировать как общекультурные компетенции (понимание высокой социальной значимости журналистики в обществе, развитая мотивация к выполнению профессиональной деятельности; культура мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения), так и профессиональные компетенции (основательное владение системой знаний, касающихся журналистики как части системы массовой коммуникации; знания в области учебно-педагогического процесса – преподавания журналистских дисциплин).

г. Воронеж

Литература

1. Страшнов С. Л. Основы массового медиаобразования: Учеб. пособие / С. Л. Страшнов. – Воронеж, 2009.

Медиаобразовательный ракурс подготовки менеджеров как способ гуманизации жизненного пространства

Аннотация: в статье обосновывается идея введения медиаобразовательной компоненты в программу обучения менеджеров. По мнению автора, это окажется средством гуманизации их образования и гуманизации их сознания, что соответствует господствующей в мире концепции социально-этичного маркетинга.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакомпетентность, медиаграмотность, профессиональная подготовка менеджеров, гуманизация сознания, гуманизация образования.

О том, что «в интересах общества медиаобразование должно быть непрерывным и охватывать максимально широкую аудиторию» [1, с. 6], написано уже немало, равно как и о необходимости не ограничиваться в этом вопросе только школой, дающей медиаграмотность, а смелее вводить его в образовательные программы высшего образования в целях повышения уровня медиакомпетентности населения (этим термином некоторые исследователи называют тот комплекс медиазнаний, навыков и личностных качеств, который приобретается в связи с профессиональной принадлежностью человека эпохи информационного общества).

Категорией специалистов, относительно которых общество особо нуждается в повышении уровня медиакомпетентности, являются менеджеры, которых оправданно считают ведущим классом нынешнего общества и качество работы которых в конечном счете определяет развитие социума и его институтов. При этом предметная область их труда лежит в сфере информации: «По сравнению с другими видами труда управленческий труд имеет ряд особенностей, выражающихся в характере самого труда, его предмете, результатах и применяемых сред-

ствах... Именно менеджеры делают человеческие, финансовые, физические ресурсы максимально продуктивными, и в этой связи у них особый предмет труда – информация, получая и обрабатывая которую, они принимают решения, необходимые для изменения состояния управляемого объекта. Поэтому в качестве орудий труда менеджеров выступают, прежде всего, средства работы с информацией» [2, с. 42].

Вне всякого сомнения, информация – как основное содержание труда менеджеров – и медиа – как созданные человеком каналы ее распространения – должны обязательно учитываться в качестве содержательных компонентов образования на этапе проектирования личности выпускника менеджерских программ и составления его идеальной модели как субъекта, обладающего заданными компетенциями. Это не всегда реализуется, поскольку существует устойчивый стереотип включать в число изучаемых в вузах явлений только информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в целях формирования компьютерной, цифровой и сетевой компетентности выпускников. Таким образом, медиаинформационный компонент выводится из ценностного поля содержания образования и присутствует только на уровне инструментария специалиста, в том числе менеджера.

Средством насыщения образовательных программ аксиологически и мировоззренчески значимыми аспектами информации и может стать медиаобразование, например, «Новостная грамотность», «Основы медиакомпетентности» или любая другая дисциплина, имеющая целью повышение уровня медиа- и информационной грамотности студентов-менеджеров. Введение такой дисциплины, кроме всего прочего, призвано усилить гуманистическую направленность профессионального образования, в чем есть объективная потребность, учитывая изначально прагматический уклон обучения менеджеров. Дело в том, что менеджер по определению имеет дело с регулирующими механизмами рыночных отношений. Он нацелен на управление капиталистическим производством, всем тем, что приносит владельцу прибыль. Будучи специалистом, освоившим

«совокупность современных принципов, методов, средств и форм управления производством и сбытом с целью повышения их эффективности и увеличения прибыльности» [3, с. 371], менеджер приучается ко всем явлениям подходить прежде всего с маркетинговой точки зрения. Завоевание рынка его компанией – это деятельностный императив менеджера.

Однако абсолютизирование данного подхода (т. е. обеспечение максимального уровня прибыльности любой ценой) в развитых странах давным-давно ушло в прошлое. Начиная с 80-х годов прошлого века ведущей маркетинговой концепцией становится стратегия социально-этичного маркетинга, при которой соображения недопустимости разрушительных социальных и экологических последствий от неограниченного производства и потребления товаров и услуг ставятся выше идеи экономической эффективности и прибыльности. К сожалению, в России социально-ответственный бизнес еще только зарождается. И его судьба в дальнейшем будет зависеть именно от нынешнего поколения студентов-менеджеров. Потому что именно они встанут у руля производства завтра, и именно им предстоит «обустраивать Россию» на началах добра и справедливости. Следовательно, их сегодняшнее образование должно иметь ярко выраженную гуманистическую направленность.

Медиаобразование, подключающее к образовательному процессу значительные ресурсы качественных медиа, способно обеспечить эту направленность, ибо, «несмотря на справедливые нарекания в адрес современных СМИ, лучшие из них остаются проводниками культуры» [4, с. 8]. Постоянное снижение доли традиционных гуманитарных предметов в школе (литература, история, мировая художественная культура и др.), вымывание гуманитарной составляющей из программ профессионального обучения специалистов непрофильных специальностей и – как следствие – технократический характер мышления их выпускников вызывают справедливую озабоченность общественности. Медиаобразование способно компенсировать нанесенный необдуманно минобровскими реформами вред. При этом важно иметь в виду, что, в отличие от многих дру-

гих способов усилить гуманитарный и гуманистический вектор обучения и воспитания, медиаобразование не вызывает отторжения у учащихся, не воспринимается как нечто чужеродное и навязанное извне, так как постоянное присутствие в их быту медиасредств давно стало для представителей подрастающего поколения нормой жизни.

г. Челябинск

Литература

1. Фатеева И. А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение в России / И. А. Фатеева // Вестник Челябинского государственного университета. Журналистика, 2005. Т. 11, – № 1. – С. 6–10.
2. Резанович И. В. Механизм оценки результатов подготовки менеджеров к профессиональной деятельности / И. В. Резанович // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Образование. Педагогические науки, 2013. Т. 5, – № 3. – С. 42–47.
3. Современный словарь иностранных слов. – М., 1992.
4. Фатеева И. А. На пути к медиабезопасности (вместо предисловия) / И. А. Фатеева // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение, 2013, № 21 (312). – С. 6–9.

Медиа- и информационная грамотность как императив современного медиапедагога

Аннотация: в данной статье автор оценивает концепт медиа- и информационной грамотности, введенный ЮНЕСКО, в качестве регулятора медиаобразовательной деятельности. Он фиксирует факт закрепления его в профессиональной коммуникации отечественных медиапедагогов и начало процесса проникновения его в номинации научно-образовательных структур российских вузов.

Ключевые слова: медиаграмотность, информационная грамотность, медиапедагог, ЮНЕСКО.

Профессия медиапедагога в России, несмотря на отсутствие ее в документах Минтруда, становится реальностью. Так все чаще называют себя не только вузовские специалисты медийного профиля, но и многочисленные работники школ, ССУЗов и учреждений дополнительного образования, так или иначе причастных к медиатеатике. Кроме того, данной номинации заслуживает огромный отряд медиарботников, руководящих практикантами и стажерами в своих редакциях, а также занимающихся медиапросвещением широкой аудитории в рамках встреч с читателями, зрителями, слушателями, потребителями информационного контента в Сети.

В последние годы вся эта благородная когорта энтузиастов получила в качестве ориентира деятельности концепт медиа- и информационной грамотности (МИГ), рожденный в недрах ЮНЕСКО.

Строго говоря, впервые идея о необходимости для граждан стать информационно грамотными, чтобы жить и быть конкурентоспособными в формирующемся информационном обществе, была высказана более сорока лет назад (в 1974 г.) Полом Зурковски, занимавшим тогда пост президента Ассоциации информационной промышленности США. Однако впоследствии она числилась за специалистами в области информати-

ки, специализировавшимися скорее на компьютерной и далее сетевой и цифровой грамотности, а также за библиотекарями, стремившимися дать широкой аудитории устойчивые навыки ориентации в каталогах и других хранилищах информации. Что же касается просвещения аудитории на предмет квалифицированного обращения со средствами массовой информации и коммуникации, а также распространяемой ими продукцией, этим занимались сами медийщики (причем не только журналисты, но и специалисты в области рекламы и связей с общественностью [1]) под лозунгом всеобщей медиаграмотности. Вряд ли такая разобщенность целесообразна, и в связи с этим ЮНЕСКО в рамках Десятилетия грамотности, начавшегося в 2002 г., был инициирован процесс интеграции данных направлений.

Таким образом, к концу первого десятилетия XXI века особое место в ряду понятий, связанных с грамотностью (базовая, визуальная, гражданская, двойная, критическая, культурная, необходимая, минимальная, повышенная, первичная грамотность, трансграмотность, грамотность в вопросах информации о здоровье, в области дополненной реальности, на рабочем месте, в сфере авторского права и т. д.) занял термин «медиа- и информационная грамотность» (МИГ, по-английски MIL). В 2008 г. ЮНЕСКО инициировала работу по созданию учебной программы обучения педагогов MIL, поскольку некоторые страны уже начали придавать медиаобразованию школьников обязательный характер. Параллельно с внедрением нового термина шел процесс разработки механизмов оценки достигнутого уровня MIL. Так, в ноябре 2010 г. в Бангкоке (Таиланд) состоялось первое совещание международной группы экспертов по проблемам разработки индикаторов MIL. Важным достижением на мировом уровне стало издание в 2011 г. на английском языке учебной программы по обучению педагогов «Media and Information Literacy Curriculum for Teachers» [2].

Российские исследователи и практики тоже поддерживали интеграцию двух доселе развивавшихся параллельно направлений: «... как танец неотделим от танцора, так медиа без информации не имеют смысла, а информация в свою очередь

не существует сама по себе без канала доставки, притом что каждое из понятий вполне самостоятельно и имеет свой категориальный аппарат. Следует отметить, что такое понимание нерасторжимости медиа и информации открывает простор для более глубокого изучения процессов восприятия, поведения, коммуникации в целом» [3]. Знаменательно, что окончательное оформление интегрированного понятия было зафиксировано на конференции «Медиа- и информационная грамотность в обществах знания», прошедшей в 2012 году в Подмосковье и принявшей соответствующую декларацию [4].

Московская декларация о медиа- и информационной грамотности определяет МИГ как совокупность знаний, установок, умений и навыков, которые позволяют получать доступ к информации и знаниям, анализировать, оценивать, использовать, создавать и распространять их с максимальной продуктивностью в соответствии с законодательными и этическими нормами и с соблюдением прав человека. Медиа- и информационно грамотный человек может использовать различные средства, источники и каналы информации в личной, профессиональной и общественной жизни [4, с. 376].

На сегодня концепт МИГ уже прочно закрепился в профессиональной коммуникации медиапедагогов и начал проникать в номинации научно-образовательных структур. Так, в 2016 году в Московском педагогическом государственном университете появилась кафедра ЮНЕСКО по медиа- и информационной грамотности и медиаобразованию граждан во главе с президентом Ассоциации специалистов медиаобразования России И. В. Жилавской. На ней с 2016 года – наряду с магистерской программой «Медиаобразование» в рамках педагогического направления – будет функционировать магистерская программа «Медиа- и информационная грамотность» в рамках направления «Журналистика».

По замыслу разработчиков данной образовательной программы, ее выпускники должны быть одинаково компетентны как в области создания медиаконтента, так и в сфере преподавания медийных дисциплин и медиапросвещения в целом. К

моменту получения диплома магистра они должны быть готовы к разработке и реализации самых передовых методических моделей, методик, технологий и приемов обучения, к анализу результатов процесса их использования в организациях, осуществляющих медиаобразовательную деятельность. Сферой их постоянного внимания должны стать систематизация, обобщение и распространение отечественного и зарубежного методического опыта в профессиональной области, связанной с МИГ и медиаобразованием.

В идеале для этих специалистов задачи повышения общего уровня МИГ населения действительно должны стать неким профессиональным и личностным императивом, определяющим их жизненную позицию на многие годы.

г. Москва

Литература

1. Филиппов Д. Е. Организация информационной и имиджевой деятельности публичного юридического лица / Д. Е. Филиппов. – Челябинск, 2005.

2. Wilson C. Media and Information Literacy Curriculum for Teachers (prepared by UNESCO) [Electronic resource] / C. Wilson [et al.]. Paris : UNESCO, 2011. – URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf>

3. Жилавская И. В. Медиаинформационная грамотность как новое направление в медиаобразовании [Электронный ресурс] / И. В. Жилавская / Magister Dixit: науч.-пед. журн. Вост. Сибири. – 2011. – № 3. URL: http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/zhilavskaya_i.v._mediainformacionnaya_gramotnost1_posledniy_variant.pdf

4. Московская декларация о медиа- и информационной грамотности // Медиа- и информационная грамотность в обществах знания. – М., 2013. – С. 375–379.

Медиаобразование как часть образования школьников в условиях современного информационного общества

***Аннотация:** в статье рассматриваются проблемы медиаобразования, возникающие в связи с новой ситуацией потребления информации, в том числе школьниками, контактирующими с различными видами массмедиа.*

***Ключевые слова:** массмедиа, аудитория, школьники, обучение, информационная безопасность.*

На рубеже XX и XXI веков произошла окончательная переориентация молодежной аудитории от печатного текста к аудиовизуальному. Огромную значимость для любого человека, а для молодого в особенности, приобрели средства массовой коммуникации, становясь для человека средством восприятия, познания и освоения окружающего мира. Согласно данным Национального союза семейных ассоциаций несовершеннолетняя аудитория ежегодно проводит в среднем 154 часа качественно-го времени (то есть периода бодрствования) с родителями и 850 часов – с учителями, в то время как на контакты с различными экранными медиа у детей отводится 1400 часов [1, с. 26]. Социологические исследования в России говорят о том, что 92 % горожан смотрят телевизор каждый день при продолжительности «телеконтактов» в среднем четыре часа [2]. В среднем современный школьник тратит более 6 часов в день на общение с медиа (42 % этого времени уходит на просмотр телепередач и фильмов и лишь 12 % на чтение печатных текстов). Среднестатистический взрослый или ребенок смотрят телевизор ежедневно 2-3 часа. Дети от 2 до 12 лет в среднем смотрят телевизор 25 ча-

сов в неделю [3, с. 13]. И к 18 годам ребенок успеваеt провести перед телевизором свыше 2-х лет своей жизни [4, с. 25].

Массмедиа сегодня представляют собой систему неформального образования и весьма существенно влияют на усвоение людьми всех возрастов широкого спектра социальных норм, на формирование ценностных ориентаций личности. Особую значимость в жизни человечества медиа приобрели за последние полвека. Без медиа немыслимо социокультурное развитие любой нации практически во всех областях, включая, разумеется, образование. Стоит отметить и тот факт, что многие произведения массмедиа не соответствуют требованиям информационной безопасности по подавляющему числу критериев: ценностносмысловому, коммуникативному, поведенческому и личностному. Не стоит говорить, какую негативную информацию для детской аудитории несут многочисленные медийные эротические эпизоды, сцены жестокости и насилия. Такого рода медиатексты, на наш взгляд, часто опасны как для физического и психического здоровья, так и для становления личности ребенка. Безусловно, долг и обязанность взрослых, государства оградить молодое поколение от влияния негативной информации путём разумного редактирования содержания передач. Такого рода ограничения есть в законодательствах многих цивилизованных стран, заботящихся о физическом, социальном, психологическом здоровье своих граждан. Особое внимание придается содержанию программ передач, времени их показа, демонстрируемому в них поведению.

Мы понимаем, что без правового регулирования СМИ решить проблему информационной безопасности граждан и в особенности детей нельзя. Однако мы также понимаем, что одними законами проблему не решить. При этом нет смысла только ограждать детей и подростков от влияния медиа, более продуктивно дать им возможность принимать обоснованные решения относительно их собственной «информационной защиты». Необходимо создать такую ситуацию, при которой каждый человек смог бы оценить предлагаемую информацию и постарался противодействовать попыткам манипулирования.

Таким образом, становится очевидной необходимость развития критического мышления (но не абсолютно негативного и все отрицающего). Речь идет о развитии умения ставить перед собой проблемы и вопросы, искать объяснение непонятных данных, анализировать медиатексты, оценивать их, правильно интерпретировать, находить скрытый смысл, выявлять манипулятивные возможности. А это посильно только медиакомпетентному человеку. И здесь уже начинается сфера деятельности системы образования и семьи.

Мы понимаем, что от системы образования, ее качества, ее концепции во многом зависит развитие всего общества. От системы, качества и концепции образования во многом зависит развитие и формирование личности ребенка. Ведь «обучение – это не просто накопление все большего и большего количества фактов. Обучение — это понимание сущности новых явлений и обретение навыков делать что-либо наилучшим способом. Другими словами, переданные ученику сведения только тогда станут знанием, когда произойдет изменение качества и глубины восприятия окружающего мира» [5]. Поэтому очень важно, чтобы современное образование учитывало изменения, произошедшие в обществе, необходимость подготовки нового поколения в нынешней информационной среде. Огромное значение в этой связи получает такая предметная педагогическая область, как медиаобразование, призванное помочь школьникам и студентам (да и людям более старшего возраста) лучше адаптироваться в мире медиакультуры, освоить язык средств массовой информации, уметь анализировать медиатексты и т. д. С конца XX века медиаобразование стало обязательным компонентом обучения во всех средних школах Канады и Австралии с 1-го по 12-й классы. В рекомендациях ЮНЕСКО 2002 года подчеркивается, что «медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии. Признавая различия в подходах и развитии медиаобразования в различных странах, рекомендуется, чтобы оно было введено везде, где возможно в пределах национальных учебных

планов, так же как в рамках дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека» [6].

Мы разделяем мнение влиятельного британского медиапедагога Д. Букингэма о том, что «эпоха информационного общества» привела к появлению новой парадигмы медиаобразования, которое не начинается с представлений о том, что медиа обязательно и неизбежно вредны, или что молодые люди – просто пассивные жертвы влияния медиа. Напротив, медиаобразование все больше ставит в центр личность учащегося и начинается с опоры на существующие у него медийные знания и опыт, а не учебные требования преподавателей [7, с. 13].

г. Санкт-Петербург

Литература

1. Frau-Meigs, (2003). Media Regulation, Self-Regulation and Education. In: Feilitzen, C. von, Carlsson, U. (Eds.). Promote or Protect? Perspectives on Media Literacy and Media Regulation. Goteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom.
2. Полуэхтова И. Телеменю и телепотребление / И. Полуэхтова// Отечественные записки, 2003. – № 4. – <http://www.strana-oz.ru/?ozid=13&oznumber=4>
3. Semali, L. M. (2000). Literacy in Multimedia America. New York-London: Falmer Press.
4. Харрис Н.Ф. Психология массовых коммуникаций. – М., 2003.
5. Журин, <http://www.jnpress.ru/cgi-bin/main.cgi> «Методбиблиотека ЮНПРЕСС».
6. Нормативные акты ЮНЕСКО по охране культурного наследия. – http://livingheritage.by/1317_Norm_acts_RUS.pdf
7. Buckingham, D. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge, UK: Polity Press.

И. Чельшева (Таганрогский институт имени А. П. Чехова
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет»)

Создание медиапроектов в работе со студентами и магистрантами: перспективы медиаобразования

Аннотация: в статье рассказывается о медиапроектировании как виде самостоятельной работы студентов и магистрантов, о его новизнах и этапах.

Ключевые слова: медиапедагогика, медиаобразование, медиакультура, медиакомпетентность личности, медиапроектирование.

Социальные, политические, социокультурные факторы информатизации общества, проникновение медиа во все сферы жизнедеятельности современного общества актуализируют проблемы развития медиакомпетентности личности – личности, способной к творческому взаимодействию с произведениями медиакультуры, к их самостоятельному анализу и оценке, к использованию в полной мере образовательных и развивающих потенциалов медиа в различных сферах своей жизнедеятельности. Данная цель предопределяет сущность и содержательные компоненты отечественного массового медиаобразования на современном этапе развития: «Медиаобразование в современном мире помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык медиакультуры. Оно делает человека медиакомпетентным, то есть способным полноценно воспринимать, анализировать и оценивать (на базе развитого аналитического мышления) произведения медиакультуры, использовать различные виды медийной техники, создавать и распространять медиатексты (в области прессы, Интернета, кино и пр.) самому, конечно же, способным осознанно противостоять негативным медийным влияниям» [1]; [3, с. 15]. Если рассматривать данную цель широко, то здесь речь не идет только о развитии медиакомпетентности школьников или студентов, а касается

любого современного человека. Именно поэтому медиаобразование принимает все более массовый характер во всем мире.

Одновременно современная российская медиапедагогика в условиях глобализации информационного и образовательного пространства и реформирования системы образования приобретает статус социокультурного явления, становится важным фактором социальной практики. Одной из активных форм обучения в реализации медиаобразовательного потенциала в условиях вуза выступает медиапроектирование.

Чаще всего медиапроектирование включается в раздел самостоятельной работы студентов и магистрантов. Как показывает практический опыт, включение медиапроектирования в перечень заданий для самостоятельной работы способствует активизации творческого потенциала, поисковой, познавательной деятельности аудитории, расширению кругозора, развитию их критического мышления и т. п.

Медиапроектирование в условиях вуза может реализоваться в следующих формах:

– работа по проектам, предложенным преподавателем (использование всего комплекса возможностей телекоммуникационных сетей: поиск информации, диалог в сети, создание web-страниц и web-квестов);

– разработка и проведение собственных проектов [2, с. 68]; [1, с. 68].

Медиаобразовательные проекты выступают важным средством развития социальной, гражданской, познавательной активности, креативности аудитории. Одновременно, метод проектов, ориентированный на исследовательскую деятельность студентов, направлен на применение уже полученных и освоение новых знаний о медиакультуре.

В структуре медиапроектирования М. Соколовым [3, с. 70]; [2, с. 70] выделяется несколько этапов. Предпроектный этап включает определение проблематики будущего проекта, состав участников, уточняются цели медиапроектирования, сроки реализации, осуществляется подготовка необходимых ресурсов и т. п. На этапе реализации проекта происходит выявление «ос-

новых идей, разделение обучающихся на группы, выработка правил и сроков разработки собственных материалов, критериев их оценивания и др. На этом этапе обучающиеся и педагог активно взаимодействуют, обсуждают и вырабатывают единую точку зрения по ключевым вопросам» [3, с. 70]. Основной задачей рефлексивного этапа выступает анализ проектной деятельности: «соответствие результата первоначальному замыслу, качество полученного продукта, качество совместной деятельности и отношений, перспективы использования продукта и развития проекта» [3, с. 70]. И, наконец, послепроектный этап включает «апробацию, распространение результатов и продуктов проектной деятельности; выбор вариантов продолжения проекта» [3, с. 70].

Например, в процессе подготовки магистрантов по направлениям «Социально-культурная деятельность» и «Организация работы с молодежью» в Таганрогском институте им. А. П. Чехова, медиапроектирование включается в раздел самостоятельной работы студентов при изучении таких учебных дисциплин, как «История медиакультуры», «История медиаобразования», «Практикум социально-культурного проектирования», «Основы медиакомпетентности», «Информационные и медиаобразовательные технологии» «Проектирование производственно-творческой деятельности на материале медиакультуры», «Развитие критического мышления в процессе медиаобразования», «Социально-педагогические технологии на материале медиакультуры», «Социология культуры» и др.

Учебно-методическое сопровождение медиапроектной деятельности будущих магистров заключается в оказании консультационной помощи студентам как на этапе подготовки, так и на этапе практической реализации медиаобразовательных проектов. Так, в процессе обсуждения студентам могут быть предложены следующие проблемные вопросы:

- Для какой целевой аудитории будет разрабатываться медиапроект (школьники, студенты и т. п.)?
- Какие основные приоритеты и идеи, цели и задачи ставит перед собой автор проекта?

– Использование каких медиасредств планируется в процессе реализации медиапроекта (фильм, презентация, выпуск газеты, журнала, радиопередачи и т. д.)? [4].

Работа над медиаобразовательными проектами может включать такие виды деятельности, как создание и творческое воплощение собственных медиапродуктов (фильмов, газет, рекламных роликов, сайтов и т. д.), разработка сценариев мероприятий для разных возрастных категорий и т. п.

Медиапроектирование может выступать неотъемлемым компонентом не только учебной, но и социально-культурной деятельности студентов. В Таганрогском институте им. А. П. Чехова (филиале) РГЭУ (РИНХ)» при поддержке Комитета по молодежной политике Ростовской области ежегодно проводится областная Олимпиада для старшеклассников и студентов «Молодежные инициативы», в ходе которой участники представляют свои проекты самой разнообразной тематики. Целевой направленностью Олимпиады выступает активное вовлечение старшеклассников и студенческой молодёжи в общественно-политическую и социально-культурную деятельность. В Олимпиаде принимают участие школьники и студенты из Таганрога, Ростова-на-Дону, Каменска, Гуково, Новошахтинска, Неклиновского, Каменского и др. районов.

Тематика представляемых проектов достаточно широкая: от патриотических, посвященных Первой мировой и Великой Отечественной войне, до проектов, затрагивающих проблемы трудоустройства и поддержку молодых семей. Неизменный интерес у аудитории вызывают проекты по медиаобразовательной тематике: создание интернет-сайтов, посвященных молодежным проблемам, организация кино- и медиаклубов в школах и вузах и др. Активное и заинтересованное общение участников, обмен опытом медиапроектной деятельности в области социальной практики способствует развитию интереса участников к современным проблемам общества, активизации социальной активности и формированию активной жизненной позиции.

г. Таганрог

Литература

1. Федоров А.В. Насколько в России необходимо медиаобразование школьников? / А. В. Федоров // Школьные технологии. – 2013. – № 4. – С.14–17.

2. Активные и интерактивные образовательные технологии (формы проведения занятий) в высшей школе : учеб. пособие / [сост. Т. Г. Мухина]. – Н.Новгород: ННГАСУ, 2013.

3. Соколов М. В. Сетевой медиапроект как средство формирования готовности к профессиональному саморазвитию будущего педагога / М. В. Соколов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета, 2013, – № 10 (85). – С. 68–73.

4. Чельшева, И.В. Практика медиаобразования: формы, методы и приемы занятий в школе и вузе / И.В. Чельшева // Crede Experto : транспорт, общество, образование, язык. – 2014. – № 3. – <http://ce.ifmstuca.ru/wp-content/uploads/2014/11/chelysheva4.pdf> (дата обращения: 12.03.2016).

*И. Астафуров
(Воронежский государственный университет)*

Роль медиобразования в развитии региональных СМИ

Согласно концепции правительства Российской Федерации, медиаобразование входит в список приоритетов долгосрочного социально-экономического развития страны на период до 2020 года. А современная эпоха по праву может носить название «информационной». В связи с этим совершенно очевидной становится задача формирования медиакультуры, информационной грамотности и развития медиаобразования. Реализация подобной задачи при наличии других сопутствующих условий может выступить одним из факторов качественного развития системы региональных СМИ, заинтересованных в перманентном воспроизводстве аудитории.

В современном мире информационное пространство перенасыщено и постоянно претерпевает изменения. Это связано с технологическим прогрессом и социокультурными тенденциями в обществе. Технологический прогресс постоянно увеличивает количество средств массовой коммуникации. Это ставит вопрос о качественном медиапотреблении. Проблему неконтролируемого контента в медиапотреблении порождает SEO-оптимизация. Количество контента преобладает над качеством. Становятся популярными агрегаторы новостей, практически дублирующие данные информерагентств без глубины и без развития информации (рерайт, но не копирайт). При этом характерен низкий общественный запрос на фактчекинг.

Для философского и гуманитарного знания становится актуальным изучение проблемы возникновения человека «медийного». Речь идет о новом антропологическом типе социального субъекта, который проявляет себя в массовом коммуницировании. Социальный статус такого человека определяют цифровые технологии, которыми он пользуется.

СМИ в разной степени систематичности и последовательности формируют медиакультуру аудитории. Получая информацию от массмедиа, аудитория вырабатывает определенный коммуникативный опыт. Журналистика с демократическими и гуманитарными ориентирами выступает инструментом медиаобразования, так как медиакомпетентность аудитории зависит от качества предлагаемых материалов. Такая журналистика должна стоять в основе системы региональных СМИ. То есть уровень развития и качества СМИ зависит от медиаобразованности аудитории, а развитие системы медиаобразования качественно влияет и на развитие СМИ.

Современные российские региональные СМИ прошли процесс коммерциализации буквально за 10-15 лет, что привело к деформации сути журналистики. У большинства из них отсутствует своевременное осмысление происходящего и необходимая рефлексия.

СМИ зависят от спонсоров, рекламодателей и административной политики страны и региона. А их влияние сокращается. Власть может проигнорировать выступления СМИ. Уровень доверия аудитории низкий. СМИ, в свою очередь, прибегают к использованию манипулятивных технологий. Это также негативно отражается на медиаграмотности аудитории.

Построение эффективной региональной системы современных СМИ необходимо проводить параллельно решению задачи медиаобразованности населения, целенаправленного формирования медиакультуры общества. Современное медиаобразование должно формировать навыки критического восприятия информации из любых источников, ведь современное медиапотребление не ограничивается потреблением классических СМИ. А потребность в качественной информации может формироваться только при наличии навыков критического восприятия информации.

г. Воронеж

К вопросу о медиаобразовании школьников

Глобальная информатизация общества и активное использование информационно-коммуникативных технологий стали причинами пристального внимания педагогов к вопросу о медиаобразовании учащихся. Потребность в печатных текстах заметно снижается. Ведущее место у подрастающего поколения занимает клиповое восприятие информации. Возрастает роль аудиовизуальных источников информации, которые стали своеобразными факторами социализации; в большинстве случаев именно через них происходит усвоение норм общества, социальных и поведенческих стереотипов, формирование системы ценностей. Современный школьник часто попадает под влияние низкопробных медиатекстов, так как «человек, не подготовленный к восприятию информации в различных ее видах, не может полноценно ее понимать и анализировать, не в силах противостоять манипулятивным возможностям медиа» [4, с. 26]. Поэтому в работе педагога чрезвычайно важно развитие личности ребенка, формирование его медиакультуры.

Медиакультура личности, по мнению А. В. Федорова, это «совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории «медиакультура» может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа» [6, с. 24]. Медиакультура школьника обладает ярко выраженным эмоциональным, психофизиологическим характером воздействия, становится все более значительным компонентом нравственной жизни человека, формирует его мировоззрение.

В Российской педагогической энциклопедии медиаобразование (media education) определяется как «направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей

массовой коммуникации (прессы, кино, телевидения, радио, и т. д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [2]. Таким образом, целью медиаобразования является формирование критического отношения к медиа у учащихся и превращение их в креативных пользователей СМИ, способных создавать свои медиаконтенты.

Одним из результатов медиаобразования является медиаграмотность учащихся – «умение анализировать и синтезировать пространственно-временную реальность, умение «читать» медиатекст, являющееся результатом медиаобразования» [6, с. 23]. Исследователи института ЮНЕСКО считают, что суть медиаграмотности заключается в способности понимать функции медиа, оценивать качество их выполнения и взаимодействовать с медиа в интересах личностного интеллектуального развития [6].

Система медиаобразования обладает колоссальными возможностями для воспитания творческой личности учащихся, для развития их человеческой индивидуальности: эмоций, интеллекта, креативности, мировоззрения, активизации знаний, полученных в процессе изучения учебных дисциплин. Медиаобразование способствует развитию аналитических способностей при восприятии и оценке медиатекстов, умению выделять основной смысл медиатекста, создавать собственные медиаконструкции из аудиовизуальных и вербальных образов [3, с. 199]. Еще в 1987 г. Совет Европы принял «Резолюцию по медиаобразованию и новым технологиям», в которой подчеркивалась особая роль медиаобразования в развитии личности учащегося: считалось, что оно должно начинаться как можно раньше и продолжаться все школьные годы в качестве обязательной учебной дисциплины.

К сожалению, довольно часто педагог не исчерпывает всех возможностей медиа в учебно-воспитательном процессе, ис-

пользуя его лишь для реализации дидактического принципа наглядности. Разумеется, интегрирование медиаобразования в образовательные учреждения является одним из способов формирования медиакультуры личности. Мультимедийность, интерактивность, коммуникативность и продуктивность – все эти свойства медиа дают возможность говорить о его новых образовательных функциях и разрабатывать на этой основе медиапродукты учебного назначения, информационные технологии обучения. Но применение видео- и аудиосредств лишь в рамках изучения отдельных тем той или иной учебной дисциплины не позволяет говорить о системном подходе к формированию медиаграмотности учащихся.

Медиаобразование школьников следует связывать со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными) и различными технологиями. Использование такого подхода к обучению помогает учащимся: 1) критически осмысливать, анализировать информацию; 2) определять источники медиатекстов, их социальные, культурные, коммерческие и другие интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) создавать свои медиаконтенты.

Таким образом, для достижения цели медиаобразования – формирования медиакультуры личности, в современных учебных заведениях следует использовать все виды качественных медиа и интегрировать их в учебный процесс. Творческий подход к проведению данного рода занятий, по мнению медиапедагогов (И. В. Жилавская, А. В. Федоров, С. Г. Корконосенко и др.), является одним из наиболее эффективных методов в образовании. Важно утвердить медиаобразование как самостоятельную дисциплину в форме факультатива, кружка, медиастудии, клуба. Так как именно специальная форма организации обучения повышает уровень результативности занятий: способствует формированию личности с высоким уровнем медиакультуры.

г. Оренбург

Литература

1. Зазнобина Л. С. Стандарт медиаобразования, интегрированного с различными школьными дисциплинами / Л. С. Зазнобина // Стандарт и мониторинг в образовании. 1998. № 3. С. 26–34.
2. Российская педагогическая энциклопедия [Электронный ресурс]. – 1999. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/russpenc/12.php
3. Рыжих Н. П. Использование медиаобразования в воспитании детей // Н. П. Рыжих. Таганрог: Изд-во ТГПИ, 2011. 232 с.
4. Федоров А. В. Медиаобразование : история, теория и методика / А. В. Фёдоров // Ростов-на-Дону: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.
5. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность / А. В. Фёдоров. Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. 340 с.
6. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Фёдоров. – Таганрог : Изд-во ТГПИ, 2010. – 64 с.
7. Гендина Н. И. Медийная и информационная грамотность : программа обучения педагогов [Электронный ресурс] / Н. И. Гендина, С. Г. Корконосенко // Институт ЮНЕСКО. 2012. URL: <http://iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214706.pdf>

Т. Дмитриовская

*(Орловский государственный институт
экономики и торговли)*

Медиаграмотность для студентов-экономистов

Обеспечение устойчивого социально-экономического развития государства требует перехода на инновационный путь развития и создания экономики знаний. Данный переход влечет за собой ряд преобразований не только экономических, но и политических, коммуникативных и культурных.

Тенденции таковы, что любые инновации и программы эффективны лишь в первое время (ориентировочно 5-7 лет), после чего наступает остановка в развитии и спад. Такая модель объясняется накоплением негативных факторов, связанных с разрушением привычного уклада жизни людей, что выражается вполне естественным протестом. В связи с этим при реализации инновационных экономических и политических программ необходимо учитывать социокультурный аспект.

Если обратиться к психологам и социологам, то можно найти множество теорий, дающих ответ на вопрос: чем же объясняется поведение групп? На наш взгляд, наиболее удачной является концепция габитуса, предложенная французским социологом Пьером Бурдьё. Под габитусом понимается неосознанное восприятие индивидом системы социальных структур и диспозиций при оценке различных действий.

Габитус порождается средой и напрямую зависит от социальной траектории общества. Так у членов одной группы, класса будут сходные габитусы. Данное утверждение можно отнести к представителям любой профессии. Учитывая необходимость экономического просвещения массовой аудитории, в качестве первостепенной задачи при внедрении инноваций можно назвать популяризацию делового мышления, которой можно достигнуть, в том числе введением медиаобразования для студентов-экономистов.

Медиаобразование подразумевает многоплановое развитие личности с помощью средств массовой коммуникации с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Приобретенные в результате этого процесса навыки называются медиаграмотностью.

Можно утверждать, что медиаобразование (и как следствие медиаграмотность) необходимо экономистам, во-первых, с целью расширения их габитуса, во-вторых, с целью получения высококлассных специалистов для работы в СМИ, способных подготовить общество к экономическому мышлению и принятию инноваций.

В основе динамично развивающегося общества лежит социальный диалог: между властью, творческой личностью (профессионалом) и обществом, во время которого и происходит обмен знаниями, творческими решениями и технологиями, популяризация и продвижение инноваций. Данный дискурс

невозможен без участия СМИ, организующих массовую коммуникацию.

Расширение габитуса экономистов за счет освоения ими навыков медиаграмотности позволит воспитать профессионалов, способных с полным знанием дела вести экономические обзоры и формировать общественное мнение относительно той или иной проблемы, тем самым способствуя экономическому росту и стабильному развитию экономики.

В этом смысле можно использовать отечественный и зарубежный опыт научной журналистики и практику двойных дипломов (например, экономист с дополнительной журналистской профилизацией). Для чего достаточно ввести в учебный план специальную подготовку по журналистике, связям с общественностью и рекламе. Тем более что подобная практика существует во многих университетах в виде дополнительных образовательных услуг.

г. Орёл

И. Трофимова
(Воронежский государственный университет)

Реализация функций СМИ в гражданской журналистике

Гражданская журналистика – это тип журналистики, предполагающий активное участие в сборе, анализе, распространении информации самих граждан, обычных людей, часто непрофессионалов посредством технологий свободного доступа контента (интернет, социальные сети, открытые блоги и платформы). В медиасистемах разных стран можно встретить два значения термина «гражданская журналистика»¹ — под ним подразумевается или содействие журналистики в развитии общественных инициатив, социальная позиция автора, его гражданская активность (civic journalism); или любительская

¹Хлебникова Н. В. Гражданская журналистика : к истории становления термина / Н.В. Хлебникова // «Медиаскоп». – №3. – 2011. – <http://www.mediascope.ru/node/896>

журналистская деятельность, разворачивающаяся в Интернете, которой способствуют широкие технические возможности (citizen journalism). Связанное с гражданское журналистикой понятие пользовательского контента (user-generated content) выносит на обсуждение острый вопрос личной ответственности автора — профессионального или непрофессионального журналиста. Рассмотрим же, как реализуются в гражданской журналистике общепринятые функции (обязанности) СМИ².

Коммуникативная – функция общения, налаживания контакта, которая является базовой функцией журналистики. Коммуникации в гражданской журналистике происходят совершенно свободно, в чем состоит ее большое преимущество. Если СМИ, модерлируя свои сайты, могут удалять нежелательные комментарии читателей или даже закрывать возможность комментирования проблемных статей, то в гражданской журналистике дискуссии протекают полно, ярко и без цензуры. Если и применяются ограничители, то их устанавливают сами читатели, обмен коммуникациями в связке «СМИ – > аудитория» в гражданской журналистике дополняется формулой «читатель = писатель». Это же обстоятельство иногда порождает хаос, отклонение от заданной темы, нечеткость обсуждаемого круга проблем, поверхностность, нехватку профессиональных компетенций. В любом случае новые медиа – блоги и другие открытые источники пользовательского контента – являются альтернативными каналами передачи информации. Зачастую они оперативнее (гражданская журналистика – это в том числе журналистика очевидцев, с мест событий, от первого лица) и даже могут выступать источниками информации для традиционных, профессиональных СМИ. Помимо актуальности, в информировании важна регулярность, периодичность деятельности. Ответственность журналиста заключена не только в этических стандартах, но и в непрерывности профессиональной деятельности. Рабочее время, объемы выработки, графики подачи материалов, командировки — все это дисциплинирует работников

²Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М., 1995.

СМИ и делает их труд выстроенным, логически завершенным, позволяя таким образом укреплять связи с читателями.

Непосредственно-организаторская функция журналистики – это ее роль «четвертой власти» в обществе; результатом хорошей организации становится некое разделяемое обществом мнение о проблеме, общественное спокойствие, снижение социальной напряженности. Гражданская журналистика ставит себе подобные цели чаще локально, чем глобально. В открытых личных и коллективных блогах авторы (либо группа авторов) или развивают политическую гражданскую активность³, или совместно с читателями профессионально разбирают кейсы по психологии⁴, или это социальное СМИ для IT-сообщества, как позиционирует себя Хабрахабр⁵, или еще более узкий сегмент – «дочка» Хабрахабра, сообщество гражданских блогеров, пишущих о высоких технологиях и оборудовании⁶. Творческие возможности гражданской журналистики разнообразны, для нишевых сообществ это самый короткий путь. Разнообразие мнений и острота полемики гражданской журналистике иногда заставляют профессиональную журналистику уступить ей лидерство. Гражданская журналистика – это еще и PR гражданских организаций⁷, причем в данном случае для последних это необходимое средство выживания. Реализация многочисленных социальных инициатив некоммерческих организаций (в частности, благотворительность, подписание петиций, сборы средств, флэшмобы) стала возможной во многом благодаря техническим средствам гражданской журналистики, оказавшейся способной организовать людей и повлиять на общественные процессы без привлечения профессиональных СМИ, вне их возможностей влиять.

Идеологическая (социально-ориентирующая) функция – стремление влиять на ценности аудитории, на основы ее ми-

³Пример: авторский блог <https://navalny.com/>

⁴Пример: <http://evo-lutio.livejournal.com/>

⁵<https://habrahabr.ru/> — самое крупное IT-сообщество в Рунете

⁶Имеется в виду <https://geektimes.ru/>

⁷Марченков А. Гражданская журналистика : понятие, направления, субъекты /А. Марченков // «60 параллель» № 3 (42). – 2011. http://www.intelros.ru/pdf/60_paralel/2011_42/10.pdf

ровоззрения, мотивация аудитории на желаемое поведение. Журналистика способствует формированию массового сознания, однако журналистика профессиональная, в особенности правительственная журналистика, стремится формировать – с оговоркой – массовое сознание, одобренное системой. И между прочим, максимальный охват до последнего времени был исключительно у правительственных или смежных с ними телеканалов, а сила их влияния еще долго будет лидирующей. В условиях авторитарного политического строя гражданская журналистика выступает редкой площадкой свободы слова, мотивирует все стороны коммуникационного процесса на общественный диалог и тем самым дает разноплановую картину реальности. В ситуациях, когда неуютное власти влияние гражданской журналистики необратимо, идеологическая задача профессиональных СМИ становится вспомогательной ролью – уже не формирование, а хотя бы корректировка сложившихся в обществе мнений. Однако на практике преобладание оппозиционных взглядов гражданских журналистов над идеологией официальной, декларируемой профессиональными СМИ — явление крайне редкое, в первую очередь в силу нехватки ресурсов воздействия в арсенале гражданской журналистики. По мнению В. В. Тулупова, «действительно, социальные сети могут выполнять ряд функций журналистики – информационную, коммуникационную и рекреативную, но функции, связанные с направленным профессиональным воздействием (идеологическая, культурно-образовательная и организаторская) если и реализуются в социальных сетях, то лишь в усеченном и хаотическом виде»⁸.

Культурно-образовательная, или просветительская функция СМИ – пропаганда и распространение в обществе культурных ценностей, всестороннее развитие личности. Следует заметить, что последний год в Рунете, да и в мировом Интернете, наблюдается настоящий бум образовательных проектов. Мировые глобальные площадки свободного бесплатного обра-

⁸Тулупов В. В. Социальные сети и журналистика : вместе или порознь? /В. В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации, 2015. – № 3-4. – с. 2–6.

зования, такие как Coursera или EdX, показали пример и для российских стартаперов – в нашей стране активно развиваются проект для гуманитариев Arzamas, для ученых технических специальностей «ПостНаука», площадка для обмена знаниями «Теории и практики» и другие. В эти проекты активно вовлекаются гражданские журналисты, выступающие экспертами: каждый в своей конкретной специальности. Узкая специализация новых медиа – это один из трендов СМИ в 2015 году⁹. Гражданские тематические ресурсы заменили специализированную профессиональную прессу и образовательные телепередачи, став новыми центрами притяжения молодых ученых.

Рекламно-справочная функция журналистики связана с глубоко утилитарными запросами разных слоев аудитории. Эту функцию еще называют методологической, она позволяет организовывать полезную информацию и подавать ее в структурированном виде. Сегодня проводниками к справочникам выступают поисковые системы, причем читатель может черпать эту информацию и из ресурсов гражданской журналистики (например, Википедия), не всегда отдавая себе отчет в крайней субъективности и непроверенности представленного там контента.

Рекреативная – функция развлечения, снятия напряжения, получения удовольствия, релаксации. Гражданская журналистика породила ряд новых форм развлекательного контента, например, мемы, демотиваторы, фотожабы, комиксы, народные интернет-герои. В профессиональной журналистике подобные юмористические формы могли быть отражены в карикатуре художника в качестве иллюстрации к статье по заданной проблеме, в ярком заголовке этой статьи. В гражданской журналистике словесно-визуальные образы могут существовать отдельно от самой проблемы и ее обсуждения, и получать растущую популярность вследствие народного выбора, а не тиражности какого-то определенного издания.

⁹Пуля В. 7 трендов новых медиа в 2015 году / В. Пуля // «Журналист». №01/2015. – <http://2015.journalist-virt.ru/archive/6445/6446/2015/01/09/7-trendov-novyh-media-v-2015-godu.phtml>

Анализ функций гражданской журналистики позволяет сделать вывод о ее важном практическом значении для профессиональных СМИ и новых угрозах в философском понимании высоких задач журналистики как профессии.

г. Воронеж

Т. Щелканова

(Томский государственный университет)

Бесплатные паблишинг-платформы как инструмент создания школьных газет и журналов

Сегодня во многих образовательных организациях существуют журналистские факультативы, литературные кружки, которые выпускают свои газеты или журналы, но сталкиваются с трудностями: нет профессиональных кадров (например, для вёрстки и подготовки к печати), не хватает средств на печать достаточного тиража и др. Вот почему такие издания нередко выглядят непрезентабельно. Но эту проблему можно решить, например, используя бесплатные паблишинг-платформы в Интернете с их готовыми шаблонами публикаций, спроектированными и оформленными профессиональными дизайнерами.

Мы провели анализ подобных платформ. Вот их список: Tilda.com – платформа для создания и публикации контент-ориентированных проектов, работает с 2014 года; Wordpress.com – платформа для блогов (с 2003 г.); Wix.com – платформа для создания и развития любых интернет-проектов (с 2006 г.); Ready.mag – платформа для журнального самиздата (с 2012 г.); Setup.ru, Jimdo, Nethouse, Mozello, Ucoz – платформы для создания сайта без спецификации под определённый контент.

Ключевыми параметрами анализа стали индикаторы практической пользы: простота освоения платформы, удобство использования, презентабельность результата, спектр оформительских возможностей. С этой точки зрения можно выделить три паблишинг-площадки.

Tilda – платформа, ориентированная на лонгриды. В ней используется модульная система, которая позволяет быстро и без усилий, как из конструктора, «собирать» материал. Блоки, из которых он может состоять, разнообразны и красивы. Поэтому любой школьник с чувством вкуса сможет сверстать материал. Формы поиска на платформе нет, но можно создавать свой рубрикатор. Новые материалы не появляются на главной странице автоматически, поэтому главную страницу необходимо каждый раз переверстывать. В бесплатной версии есть ограничение: можно создать только один сайт максимум из 50 страниц. Платформа подходит в том случае, если вы собираетесь выпускать объемные материалы с иллюстрациями, фотографиями, видео и графикой.

Wordpress изначально создавался для блогов. Здесь много бесплатных тем оформления, регламентирующих подачу главной страницы (лента материалов), в то время как страница конкретной публикации небогата по набору дизайн-шаблонов: кроме обычного текста в панели редактирования есть только шаблон для врезок-цитат. Здесь хорошо развита система навигации по сайту: есть поиск, можно создавать свои теги, рубрики. Подходит изданиям с высокой периодичностью, которые наряду с крупными выпускают маленькие материалы и для которых не так важна форма подачи видео и фото, зато важно, чтобы на главной странице автоматически показывались новые материалы.

Wix предлагает шаблоны для разных типов сайтов: онлайн-магазин, сайт-визитка для малого бизнеса, сайт-творческое портфолио, лендинг, блог и т. д. Школьному изданию подходит тип блога. Разные шаблоны предлагают разные наборы блоков (анонсов публикаций) на главной странице, которые можно легко менять. Большая свобода в редактировании шаблонов может стать проблемой для неопытного оформителя — сложно сохранять стилевое единство всего сайта при множестве изменяемых параметров. Форма для верстки конкретных материалов малофункциональна, мало вариантов размещения фо-

тографий и видео. Подходит изданиям с высокой периодичностью выпуска небольших малоиллюстрированных материалов.

Таким образом, школьное издание можно успешно перенести в Интернет, используя одну из бесплатных платформ, которые предлагают богатый выбор решений. Но необходимо учитывать цели издателя будущего интернет-СМИ, характер материалов, их периодичность и разнообразие.

г. Томск

Е. Щуревич

(Алтайский государственный университет)

Тенденции проявления авторского начала в современном медиатексте

Сегодня большое внимание исследователи медиа уделяют категории автора современного медиатекста. Г. Я. Солганик считает категорию автора текста СМИ важнейшей стилиобразующей категорией и отмечает сложность авторского я в медиатекстах. Он говорит о дихотомии двух ипостасей авторов текстов СМИ – «человек социальный» и «человек частный». На основе этого подхода можно выделить ряд ролей автора современного медиатекста, например: пропагандист, полемист, иронист, репортер, летописец, художник, аналитик, исследователь [1, с. 460].

Т. В. Шмелева предлагает пользоваться понятием «авторское начало» и выделяет следующие свойства: выявленность автора и его роли (от «теневого» присутствия до «откровенного» Я); степень сложности авторского начала (от простого авторского голоса до полифонии множества авторских голосов); удельный вес авторского начала - относительное пространство, занимаемое авторским началом в тексте [2, с. 12]. В пределе полифония ведет к снижению значимости авторского начала и становится имитацией авторства или «смертью автора», провозглашенной Роланом Бартом. Шмелева предлагает называть технического специалиста, создающего медиатексты без привнесения личного авторского начала, – клавиатурщиком.

Э. Г. Шестакова указывает на проблему нивелирования традиционного авторского начала в текстах массмедиа. По ее мнению, автор как бы априори оказывается несущественной и даже зачастую излишней составляющей для большинства медиатекстов [3, с. 37]. Она предлагает рассматривать медиатекст как результат ответственного личностного поступка-отклика на актуальные общественные события, ситуации и явления. Возможность возрождения активного авторского начала - в ипостаси публичного интеллектуала – сознательного, последовательного автора различных медиатекстов.

Оборотной стороной размытия очертаний автора в медиатексте является все возрастающая роль адресата, инверсия автора и адресата. На смену автору приходит реципиент, воспринимающий медиатекст, который в процессе со-авторства создает и актуализирует смыслы, а с помощью современных технологий создает и сам медиатекст [4, с. 10]. Опыт развития электронных и интернет-СМИ демонстрирует изменение характера воздействия адресата на автора: воздействие становится открытым и прямым (комментарии под публикациями, инициирование публикаций, интерактивные формы работы с аудиторией и т. д.) и сконцентрированным во времени (адресат участвует в самом факте создания медиатекста «здесь и сейчас», вынуждает автора своей активностью реагировать и отвечать ему). Сегодня авторское начало в медиатексте проявляется в противоположных тенденциях: нивелирование – усиление, рост субъективной составляющей – объективизация. Эти тенденции сосуществуют в реальных медиатекстах, что говорит о сложности данного явления, его многослойности и продолжающемся становлении. Важный аспект исследований – это выявление неразрывной связи автора медиатекста с его адресатом и даже их взаимопроникновение.

г. Барнаул

Литература

1. Солганик Г. Я. Стилистика публицистической речи / Г. Я. Солганик // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов. М. : Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 456–468.

2. Шмелева Т. В. Медийное речеведение : сб. ст. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.novsu.ru/file/1145792/>

3. Шестакова Э. Г. Смерть автора и публичный интеллектуал – две парадигмальные фигуры современного медиатекста / Э.Г. Шестакова // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом : междунар. науч. семинар : сб. науч. работ. – Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 34–44.

4. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: вчера, сегодня, завтра / Т. Г. Добросклонская // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом : междунар науч. семинар: сб. научн. работ. Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 8–17.

Contents

I. Astafurov (Voronezh State University)

Public Relations-oriented Media Education System

Abstract: the author analyses the new phenomena of media processes.

Key words: media education, media communication, social networks, longread.

L. Akhmetova (Al-Farabi Kazakh National University)

Media education in Kazakhstan: Issues and Perspectives

Abstract: the author of this article dwells on the problems of establishing and developing media education in Kazakhstan.

Key words: media education, media pedagogy, education reform.

D. Bazarkina (Moscow State Pedagogical University)

Communication Fighting Quasireligious Terrorism in the EU since 2001

Abstract: The article dwells on the methods of fighting quasireligious terrorism by means of communication used in the EU countries. The author analyzes governmental actions as well as non-governmental initiatives in this respect.

Key words: terrorism, communication, European Union, al-Qaeda, Spain, Italy, Germany.

Y. Gordeev (Voronezh State University)

School of Journalism for University Applicants as a Tool of Career Guidance and Media Education

Abstract: the article summarizes the experience gained by the faculty of Journalism Department (VSU) in collaborating with applicants preparing for the entrance exams.

Key words: media education, career guidance, Sunday School of Journalism creativity competitions.

A. Dukhtaeva (Gymnasium № 4, Orenburg)

Multimedia Projects as Way to Increase Media Competence in Secondary School Pupils

Abstract: the article dwells on the problem of world view forming in youth audience. The author comments on the introduction of multimedia projects in compulsory secondary education. The major problems of raising a media competent personality in secondary schools are discussed. The author comes to the conclusion about the importance of using multimedia projects at lessons for giving a graduate well-rounded school education.

Key words: media education, media competence, media text, multimedia projects

I. Zhilavskaya (Moscow State Pedagogical University)

Media Education Potential of Mass Media

Abstract: the article dwells on the problems of mass media interaction with the system of media education and using media education technologies in editorial practices.

Key words: media education potential, media education technologies

Y. Zorya (Cherkassy Regional Institute of Postgraduate Pedagogical Education)

Parents Digital Wisdom

Abstract: the article deals with the real and virtual life of a child, their relations with parents, and understanding that a computer and access to the Internet are the way to innovations and civilization as well to information «rubbish».

Key words: child, parents, the Internet, information, mass media, computer.

Y. Mazharina (Voronezh State University)

Learning through Playing or Playing through Learning

Abstract: the article dwells on the 10-year record of Young Journalist School at the Department of Journalism (Voronezh State University).

Key words: Young Journalists' School, media, media education, lectures, practical classes, creativity meetings.

A. Machenin (Higher School of Economics)

«Basics of Departmental Operational Mobile Journalism (from System to Creativity)» Course

Abstract: the article dwells on the Ministry of Emergency Situations specialists training as far as media education and media production operation activity are concerned.

Key words: media education, media culture, Ministry of Emergency Situations, operational mobile journalism, students, cadets, officers.

E. Pashentsev (Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation)

Prognostic Weapons: Possible Threats for Public Conscience

Abstract: Advanced technologies influence public conscience and the efficiency of strategic communication. The article dwells on the recent achievements in prognosticative analytics, presupposing the possibility of creating a new kind of information and psychological weapon with certain qualitative and quantities characteristics. Handling this weapon against BRICS can result in negative public development and negative strategic communication of the whole unit, which demands timely theoretical and practical elaboration of its neutralization means.

Key words: strategic communication, BRICS, Brazil, Russia, India, China, Republic of South Africa, information opposition, advanced technologies, prognosticative analytics, prognostic weapon, public conscience.

U. Pertseva, M. Khalliulina (Orenburg State Pedagogical University)

Media Education Integration in Higher Education Institutions

Abstract: the article defines the concepts of media education and the system of higher education in Russia. The article dwells on the complexity of introducing media education methods in the contemporary education and singles out the principles of their adaptation in teaching. The author proposes several trends for integration of media education the higher education in Russia.

Key words: integration, media education, media culture, media pedagogy, media security, higher education institutions, mass media, media literacy.

O. Polunin (Higher School of Economics)

Information and Communication Technologies in Latin America – New Possibilities or Possible Difficulties?

Abstract: Cyberspace and Information Security are the key themes heatedly discussed on many levels. Information progress, technologies development and a growing number of research and researchers of this theme appear to be the proof of their acute character. Numerous mistakes, various threats, a lack of definite rules and sufficient positive experience give rise to manipulations in the net, defamation and other cyber threats.

Key words: cyber threats, defamation, Latin America, Cuba, USA.

O. Skibina, A. Chernova (Orenburg State Pedagogical University)

Adapting Media Education Curriculum for Physically Challenged Children in Inclusive Schools

Abstract: the article dwells on the foreign and Russian experience of introducing inclusive education. It explores major problems of media curriculum adaptation and application in inclusive schools. The author comes to the conclusion that Russian school curriculum lacks media education subjects for physically challenged children as opposed to Western countries school curriculums.

Key words: media education, inclusive school, inclusion, media curriculum, physically challenged children.

S. Strashnov (Ivanovo State University)

Free Topic Compositions in Media Training of Pupils

Abstract: the article dwells on the issues of reintroducing a final composition in secondary schools.

Key words: secondary schools final composition, free topic, Russian and literature, Russian philology, media criticism, genre, mass media.

E. Talaeva, O. Shevtsov (Belgorod State University)

Mass Media Role in Media Education of Pupils (Regional Records)

Abstract: the article dwells on the media education record of the Editorial House «Mir Belogoriya».

Key words: mass media, media education, region, pupils.

V. Tulupov (Voronezh State University)

«Media Education» for Master's Degree Students

Abstract: the article explores the course of media education as a Master's programmes course.

Key words: media education, Master's programme, Master's Degree Student, bachelor, mass media.

V. Fateev (South Ural State University)

Media Education Trend of Training Managers as Way to Humanize Living Space

Abstract: the article accounts for the idea of introducing media education component in manager training curriculum. According to the author, this appears to be the means of education humanitarization and humanization of consciousness which corresponds to the prevailing concept of socially ethic experience.

Key words: media education, media competence, media literacy, managers training, humanization of consciousness, humanitarization of education

I. Fateeva (Moscow State Pedagogical University)

Media and Information Competence as Contemporary Trainer's Imperative

Abstract: the author speculates on the concept of media and information competence introduced by UNESCO to regulate media education practices. She registers the fact of its usage in Russian media trainers' professional communication and its entering academic and educational departments of Russian universities.

Key words: media competence, information competence, media trainer, UNESCO.

D. Fedorova (St.Petersburg State University of Film and Television)

Media Education as Part of Pupils Education in Contemporary Information Society

Abstract: the article explores the problems of media education related to information consuming performed by pupils with access to various kinds of mass media.

Key words: mass media, audience, pupils, education, information security.

I. Chelysheva (Taganrog Institute named after A. P. Chekhov «Rostov State University of Economics»)

Media Projects Creation in Cooperation with Students: Media Education Perspectives

Abstract: the article dwells on media planning as individual practice of a student, its kinds and stages.

Key words: media pedagogy, media education, media culture, media competence, media planning.

Оглавление

Ю. Полевой Мечты и заботы Сталя Пензина.....	6
--	---

Статьи

И. Астафуров Система медиаобразования, направленная на взаимодействие с широкой общественностью.....	7
Л. Ахметова Медиаобразование Казахстана: проблемы и перспективы.....	12
Д. Базаркина Коммуникация в борьбе с квазирелигиозным терроризмом в Европейском Союзе после 2001 г.	16
Ю. Гордеев Школа журналистики для абитуриентов в вузе как инструмент профориентации и медиаобразования.....	22
А. Духтаева Мультимедийные проекты как способ повышения медиаграмотности учеников средней общеобразовательной школы.....	28
И. Жилавская Медиаобразовательный потенциал СМИ.....	34
Ю. Зоря Цифровая мудрость родителей.....	44
О. Косюк Коммуникационные возможности медиатехнологии психотерапии.....	49
Ю. Мажарина Учиться играя, или играть обучаясь.....	53
А. Маченин Программный курс «Основы ведомственной, оперативно-мобильной журналистики (от системы к творчеству)» МЧС России.....	57
Е. Пашенцев Прогностическое оружие: возможные угрозы для общественного сознания.....	63
У. Перцева, М. Халиуллина Интеграция медиаобразования в систему высшей школы.....	70
О. Полунина Информационно-коммуникационные технологии в Латинской Америке – новые возможности или возможные трудности?.....	75

О. Скибина, А. Чернова Адаптация медиаобразовательных программ для детей с ограниченными возможностями в рамках инклюзивной школы.....	82
С. Страшнов Сочинения на свободную тему в медиаподготовке школьников.....	88
Е. Талалаева, О. Шевцов Роль средств массовой информации в медиаобразовании школьников (региональный опыт).....	94
В. Тулупов «Медиаобразование» – для магистрантов.....	100
В. Фатеев Медиаобразовательный ракурс подготовки менеджеров как способ гуманизации жизненного пространства...	107
И. Фатеева Медиа- и информационная грамотность как императив современного медиапедагога.....	111
Д. Федорова Медиаобразование как часть образования школьников в условиях современного информационного общества.....	115
И. Чельшева Создание медиапроектов в работе со студентами и магистрантами: перспективы медиаобразования.....	119

Сообщения

И. Астафуров Роль медиаобразования в развитии региональных СМИ.....	124
Л. Байбулова К вопросу о медиаобразовании школьников.....	126
Т. Дмитриевская Медиаграмотность для студентов-экономистов.....	129
И. Трофимова Реализация функций СМИ в гражданской журналистике.....	131
Т. Щелканова Бесплатные паблишинг-платформы как инструмент создания школьных газет и журналов.....	136
Е. Щуревич Тенденции проявления авторского начала в современном медиатексте.....	138
Contents.....	141

Научное издание

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Межвузовский сборник

Корректоры А. М. Князева, Е. А. Ряжских
Компьютерная верстка П. И. Новиков

Издательский дом «Кварта»
Главный редактор Ю.Л. Полевой.
Россия, 394016, Воронеж, пер. Ученический, 5
Тел./факс +7(473) 275-55-44. E-mail: kvarta3@kvarta.ru

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики
394068, Воронеж, Хользунова, 40-а
Тел. (473) 274-52-71 E-mail:vlvtul@mail.ru

Подписано в печать 26.04.2016. Формат 60x84 1/16
Гарнитура Times. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. п. л. 4,3. Тираж 100 экз.

Отпечатано в типографической лаборатории
факультета журналистики ВГУ