

ЭФФЕКТИВНЫЕ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МЕДИАПРАКТИКИ

Челябинский гуманитарий. 2023. № 3 (64). С. 92–101.

ISSN 1999-5407 (print).

Chelyabinskij Gumanitarij. 2023; 3 (64), 92–101.

ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья

УДК 37 (082)

DOI 10.47475/1999-5407-2023-64-3-92-101

**ПРАКТИКА СОЗДАНИЯ УРОВНЕВОЙ СИСТЕМЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ:
ОПЫТ КАФЕДРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ, РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ДЕРЖАВИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

Екатерина Анатольевна Зверева¹, Светлана Александровна Серова²

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина, Тамбов, Россия

¹ Katya9_2001@mail.ru, ORCID 0000-0001-7418-7216

² serova.svetlana@mail.ru, ORCID 0000-0001-5333-0327

Аннотация. В статье представлены результаты анализа уровневой системы медиаобразования с точки зрения эффективности комплексного подхода. Авторами исследованы медиаобразовательные проекты кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина, реализуемые на уровнях «медиаграмотность», «медиакомпетентность» и «медиатворчество». Разработкой и реализацией медиаобразовательных программ на кафедре занимаются научно-практическая лаборатория новых медиа (возглавляет доктор филологических наук, профессор кафедры Е. А. Зверева) и научно-образовательный центр медиаобразования (возглавляет кандидат филологических наук, заведующий кафедрой С. А. Серова). Целью настоящей работы является характеристика уровневой системы медиаобразования с точки зрения эффективности содержательно-функционального наполнения образовательных программ, реализуемым кафедрой. При выполнении исследования использовались следующие методы: мониторинг образовательных программ по разным уровням массового и специального медиаобразования; структурно-функциональный анализ программ уровневой системы медиаобразования; сравнительный анализ реализуемых программ с точки зрения дифференциации компетенций, необходимых для осознанного медиапотребления, для ориентации в медиaprостранстве и для медиапроизводства. Рассматриваются факторы, способствующие эффективности программ: понимание целевой аудитории и ее потребностей в инструментари, применение деятельностных подходов, вовлечение в проектную практику. Представлен опыт кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью по реализации медиаобразовательных проектов за счет грантовой деятельности: проекта «Медийные инструменты социализации молодежи: интерактивное соавторство, мультиформатность и игрореализация» (РФФИ и ЭИСИ); проект «Центр гибких компетенций в медиасфере» и проект «Форум медиаволонтеров «Живи со смыслом»» (Федеральное агентство по делам молодежи «Росмолодежь»). Авторы отмечают социальную значимость медиаобразования как необходимый компонент данного направления. В заключении статьи авторы приходят к выводу, что выстроенная на кафедре система медиаобразовательной деятельности позволяет эффективно формировать востребованные адресатами навыки освоения информационного и коммуникативного пространств.

Ключевые слова: медиаобразовательная система ВУЗа, медиаграмотность, медиакомпетентность, медиакультура, молодежная аудитория, деятельностный подход, уровневая система.

Для цитирования: Зверева Е. А., Серова С. А. Практика создания уровневой системы медиаобразования: опыт кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Державинского университета // Челябинский гуманитарий. 2023. № 3 (64). С. 92–101. doi: 10.47475/1999-5407-2023-64-3-92-101

Original article

**THE PRACTICE OF CREATING A TIERED SYSTEM OF MEDIA EDUCATION:
THE EXPERIENCE OF THE DEPARTMENT OF JOURNALISM, ADVERTISING
AND PUBLIC RELATIONS OF THE DERZHAVIN UNIVERSITY**

Ekaterina A. Zvereva¹, Svetlana A. Serova²

Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russia

¹ Katya9_2001@mail.ru, ORCID 0000-0001-7418-7216

² serova.svetlana@mail.ru, ORCID 0000-0001-5333-0327

Abstract. The article presents the results of the analysis of the level system of media education in terms of the effectiveness of an integrated approach. The authors studied the media education projects of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations of the Derzhavin Tambov State University, implemented at the levels of “media literacy”, “media competence” and “media creativity”. The development and implementation of media education programs at the department is carried out by the scientific and practical laboratory of new media (headed by PhD, Professor E.A. Zvereva) and the scientific and educational center for media education (headed by PhD, Associate Professor S.A. Serova). The purpose of this work is to characterize the level system of media education in terms of the effectiveness of the content-functional content of educational programs implemented by the department. The following methods were used in the research: monitoring of educational programs at different levels of mass and special media education; structural and functional analysis of the programs of the level system of media education; comparative analysis of ongoing programs in terms of differentiation of competencies necessary for conscious media consumption, for orientation in the media space and for media production. The factors contributing to the effectiveness of programs are considered: understanding the target audience and its needs for tools, the use of activity approaches, involvement in project practice. The experience of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations in the implementation of media education projects through grant activities is presented: the project “Media tools for the socialization of youth: interactive co-authorship, multi-formatness and game implementation” (RFFI and EISI); the project “Center for flexible competencies in the media sphere” and the project “Forum of media volunteers “Live with Meaning”” (Federal Agency for Youth Affairs “Rosmolodezh”). The authors note the social significance of media education as a necessary component of this direction. At the end of the article, the authors come to the conclusion that the system of media education activities built at the department makes it possible to effectively form the skills of mastering the information and communication spaces that are in demand by the addressees.

Key words: media education system of the university, media literacy, media competence, media culture, youth audience, activity approach, level system.

For citation: Zvereva E. A., Serova S. A. The practice of creating a tiered system of media education: the experience of the Department of journalism, advertising and public relations of the Derzhavin university. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 3 (64), 92–101. doi: 10.47475/1999-5407-2023-64-3-92-101

Введение

Многообразие форм и каналов информации, степень соприкосновения с медиасферой и заинтересованность разных людей в медиа – все это аргументы для дифференцированного подхода к медиаобразованию. Акторами системы медиаобразования являются не только студенты, осваивающие программы высшего профессионального образования по медийным направлениям подготовки, но и контингент, который не собирается связывать свою профессию с медиасферой. Для них важен инструментарий освоения информационного и коммуникативного пространства, способы формирования отношений с медиамиром. Неслучайно отечественные авторы акцентируют необходимость медиаобразования на протяжении всей жизни современного человека в условиях изменяющегося информационного общества и подчеркивают значение медиаобразования для социализации личности (Кириллова 2019: 316-317). Г. В. Лазутина выделяет два этапа процесса развития отечественного медиаобразования: на первом этапе это отдельное направление образования, сфокусированное на методике восприятия и анализа школьниками медиатекста (Лазутина 2017: 150), и имеющее в своей основе систему моделей, представленную в фундаментальных работах А. В. Федорова (Федоров 2015: 69). Второй этап медиаобразования Г. В. Лазутина связывает с активизацией проектной деятельности юных журналистов и дифференциацией медиаобразовательной деятельности на профессиональную и массовую, необходимую для развития личности в современном социуме (Лазутина 2017: 150-151).

Развивая идею разноуровневой медиаподготовки аудитории, Г. В. Лазутина доказывает целесообразность уточнения ключевых понятий «медиаграмотность», «медиакомпетентность» и «медиакультура». В интерпретации исследователя трехступенчатая система медиаподготовки подразумевает дифференциацию компетенций: одни необходимы для осознанного медиапотребления, другие – для ориентации в информационно-коммуникативном пространстве, третьи – для медиапроизводства. В трудах современных ученых медиаобразование характеризуется как многоуровневая комплексная система, «которая обладает различным функционалом и целевой направленностью, проявляющимися на разных ее уровнях» (Кот 2020: 63). А. В. Прохоров обосновывает понятие «медиауниверсум вуза» – это «сложный многоуровневый континуум, отражающий медийное измерение учебного заведения» (Прохоров 2021: 25). Н. Ю. Хлызова отмечает как близость значения ряда понятий – «медиаграмотность», «медиакомпетентность»,

«медиаобразованность», «медиакультура», что обусловлено их нацеленностью на «развитие и компетентность личности в сфере медиаобразования», так и отсутствие тождественности данных понятий, потому что они «изначально имеют различные дефиниции» (Хлызова 2011: 189). Выделенные в работе Е. Г. Добош основные направления медиаобразования (Добош 2017: 78) вполне соотносятся с уровнями «медиаграмотности» (обучение на материале СМИ и с помощью СМИ), «медиакомпетентности» (обучение с целью выработать умения создавать свои медиатексты) и «медиатворчества» (обучение новым журналистским технологиям создания медиапродукта).

Как отмечает И. В. Жилавская, «сегодня значительная часть населения России хорошо знает, что информация, которую транслируют массовые медиа, не достоверная, но проверять ее не будут» (Жилавская 2019). Исправление данной ситуации и воспитание нового поколения, способного ориентироваться в многочисленных потоках информации, происходит на уровне «медиаграмотность» как начальной ступени массового медиаобразования. Согласно устоявшейся в науке формулировке А. В. Федорова, медиаграмотность позволяет субъекту использовать возможности массмедиа «для формирования умений ориентации в информационном поле» (Федоров 2005: 135). Медиаграмотность исследователи связывают с процессом «формирования у личности особого набора компетенций, позволяющих ей свободно чувствовать себя в информационном обществе» (Дорошук 2017: 83) и называют конечной целью медиаобразования.

Под уровнем «медиакомпетентности» понимается «умение критически осваивать медиaprостранство, окружающее человека (в том числе – умение давать самостоятельную оценку медиаинформации, критически анализировать произведения медиакультуры)» (Чельшева 2013: 27–28). На этом уровне формируются креативные способности, первичный профессиональный опыт, свободное владение современными медиатехнологиями.

«Медиатворчество» – это «процесс создания качественно нового, отличающегося неповторимостью, оригинальностью и уникальностью журналистского дискурса» (Павлушкина 2014: 27). Данный уровень предполагает высокую степень вовлеченности в создание собственного медиапродукта, формирование при помощи проектной деятельности навыков использования современных медиаинструментов и социальных платформ.

Таким образом, медиаобразование в современном мире актуально для людей с разной степенью взаимодействия с медиасферой: как для тех, кто выступает исключительно потребителем контента, так и для тех, кто является его создателем.

Ранее мы дали характеристику многоуровневой системы медиаобразования с точки зрения эффективности наполнения образовательных программ, реализуемым в Тамбовском государственном университете имени Г. Р. Державина (Видная, Зверева 2019), представили дифференциацию на массовое и специальное медиаобразование, выделили следующие уровни медиаобразования: «медиаграмотность», «медиакомпетентность» и «медиатворчество». Согласно проведенному исследованию, мы предлагаем трактовать уровень «медиаграмотности» как результат начальной ступени массового медиаобразования, уровень «медиакомпетентности» как начальную специальную ступень медиаобразования и уровень «медиатворчества» как результат высшей специальной ступени медиаобразования (Видная, Зверева 2019: 310-311).

В данной работе представлен анализ медиаобразовательной деятельности кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Державинского университета, основанной на комплексной парадигме. Разработкой и реализацией медиаобразовательных программ на кафедре занимаются научно-практическая лаборатория новых медиа (возглавляет доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью ТГУ имени Г. Р. Державина Зверева Екатерина Анатольевна) и научно-образовательный центр медиаобразования (возглавляет кандидат филологических наук, заведующий кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью ТГУ имени Г. Р. Державина Серова Светлана Александровна).

Е. А. Зверева работает преподавателем Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина с 2000 года. Является членом Союза журналистов России, членом Национальной ассоциации исследователей масс-медиа. Автор более 150 научных статей, в том числе 37 статей в изданиях ВАК, 6 – в изданиях, индексируемых в Web of Science и Scopus, 5 монографий, более 20 учебных и учебно-методических пособий. Является рецензентом журналов «Меди@льманах», «Знак: проблемное поле медиаобразования», членом редакционной коллегии научно-теоретического журнала «Неофилология», членом редакционного совета журнала «Челябинский гуманитарий». Имеет дипломы победителя международного конкурса медиаисследований «НАММИ», победителя конкурса Российского общества «Знание» «Лучший лектор», победителя Всероссийского конкурса «Золотые Имена Высшей Школы» в номинации «За развитие практико-ориентированного высшего образования», победителя Международного конкурса для преподавателей высшей школы в области медиаобразования «Амбассадоры медиаобразования». Руководитель грантового проекта ОПН «Медийные инструменты социализации».

молодежи: интерактивное соавторство, мультимедийность и игровая реализация» (РФФИ и ЭИСИ), наставник грантовых проектов «Центр гибких компетенций в медиасфере» и «Форум медиаволонтеров «Живи со смыслом»» (Федеральное агентство по делам молодежи).

С. А. Серова работает преподавателем Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина с 2009 года. Имеет стаж трудовой деятельности на руководящих должностях в сфере массовых коммуникаций 11 лет. Является членом Союза журналистов России. Автор более 50 научных работ, в том числе статей в изданиях ВАК, монографий, учебных и учебно-методических пособий. Является рецензентом журнала «Неофилология». Руководитель грантовых проектов – победителей всероссийского конкурса Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодёжь) среди образовательных организаций высшего образования «Центр гибких компетенций в медиасфере» и окружной Форум медиаволонтеров «Живи со смыслом».

Ход исследования

Целью настоящей работы является характеристика уровневой системы медиаобразования с точки зрения эффективности содержательно-функционального наполнения образовательных программ, реализуемых кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью Державинского университета.

Для достижения цели нами были выполнены следующие задачи:

- 1) охарактеризовать образовательные программы уровневого медиаобразования;
- 2) установить целевую аудиторию образовательных программ по разным уровням массового и специального медиаобразования;
- 3) определить содержательно-функциональное наполнение программ;
- 4) провести сравнительный анализ реализуемых программ с точки зрения дифференциации компетенций, необходимых для осознанного медиапотребления, для ориентации в медиaproстранстве, для медиапроизводства.

При выполнении исследования использовались следующие методы:

- мониторинг образовательных программ по разным уровням массового и специального медиаобразования;
- структурно-функциональный анализ программ уровневой системы медиаобразования;
- сравнительный анализ реализуемых программ с точки зрения дифференциации компетенций.

Хронологический период исследования ограничен тремя годами (2021–2023 гг.).

Результаты проведенного исследования

Анализ содержания образовательных программ по разным уровням массового и специального медиаобразования, реализуемых в Державинском университете, позволяет говорить о следующем.

1. «Медиаграмотность». Массовый уровень медиаобразования

Данный уровень медиаобразования направлен в первую очередь на широкую аудиторию учащихся общеобразовательных учреждений с целью формирования у них культуры общения с массмедиа. По заказу управления образования и науки Тамбовской области в университете реализуется элективный курс «Профессии в деталях» как часть предпрофильной подготовки. В рамках одного из модулей курса «Профпроба» осуществляется практико-ориентированное вовлечение в медиасферу в рамках программ «Юный журналист» и «Как стать блогером? Основы современной медиакоммуникации».

Необходимость создания и реализации данных программ диктуется реалиями современного коммуникационного пространства, предоставляющего широкие возможности для получения информации, для общения, для реализации творческих способностей. В числе потребителей информации самой «всеядной» аудиторией является молодежь, у которой еще не сформировалась критичность мышления. В последнее время разрабатывается все больше программ дополнительно образования, направленных на повышение медиаграмотности школьников. Участие в профессиональных пробах позволяет сформировать представления об особенностях работы в медиасфере, выявить наличие коммуникативных, аналитических, организаторских способностей, что важно в данной профессиональной деятельности. В ходе профессиональных проб обучающимся предоставляется возможность изучить различные способы представления контента в средствах массовой коммуникации, а также апробировать свои творческие идеи в сетевых массмедиа и блогосфере. Результатом участия в профессиональной пробе становится самостоятельный проект в различных сегментах медиасферы.

Цель программы «Юный журналист» – обучение новых поколений основам восприятия массовой информации, ее понимания и критического анализа.

Задачи программы «Юный журналист»:

- сформировать у школьников представление об общих закономерностях функционирования системы средств массовой информации;
- смоделировать элементы профессиональной деятельности в сфере массмедиа;

- определить уровень готовности обучающихся к выбору профессии в сфере массмедиа.

Блогосфера вызывает активный интерес среди молодого поколения и является одним из важных инструментов социализации. Цель программы «Как стать блогером? Основы современной медиакommunikации» – подготовка молодежи к жизни в современных информационно-коммуникационных условиях, к осознанию последствий воздействия блогосферы как на общество в целом, так и на отдельные группы и индивидуумы.

Задачи программы «Как стать блогером? Основы современной медиакommunikации»:

- смоделировать элементы деятельности в блогосфере;
- выявить наличие авторских умений и креативных способностей школьников;
- сформировать у обучающихся реалистичные представления о своих личностных характеристиках, способностях и об их соотношении с профессиональными качествами в данной сфере.

Профессиональные пробы рассматриваются как средство актуализации профессионального самоопределения и активизации творческого потенциала личности школьников. В рамках профессиональных проб проходят практико-ориентированные занятия на базе факультета филологии и журналистики, где обучающиеся не только знакомятся с творческим инструментарием в сфере массмедиа, основами журналистской деятельности и деятельности блогера, но и сами попробуют себя в избранной сфере.

В процессе профессиональных проб обучающиеся приобретают базовые навыки профессиональной деятельности специалиста в сфере массмедиа, формируют понятийный аппарат в области журналистики и блогосферы, знакомятся с существующими методами работы журналиста и блогера, приобретают первичные навыки по сбору, обработке и распространению информации.

Обучающиеся, освоившие программы профессиональных проб, владеют следующими компетенциями:

- умением решать задачи профессиональной деятельности на основе действующего законодательства;
- умением выстраивать технологический процесс создания медийного продукта на всех его этапах – от момента проектирования до публикации и критического осмысления результатов;
- умением определять уровень своей готовности к выбору профессии.

Профессиональные пробы завершаются созданием модели медиапроекта и подведением итогов с обсуждением того, какими начальными профессиональными навыками овладели обучающиеся и какие сложности они испытывали при выполнении профессиональных проб.

На этапе моделирования профессиональной деятельности в рамках профессиональных проб виды профессиональной деятельности представителя изучаемой профессии от начала деятельности до получения законченного ее продукта (выполнение функциональных, должностных обязанностей, проведение собеседования и т.п.) разделяются на несколько циклов. Каждый цикл содержит специфические особенности изучаемого вида профессиональной деятельности, демонстрирует стадии создания законченного элемента продукта профессиональной деятельности.

Выделенные циклы взаимосвязаны и в совокупности достаточно полно характеризуют содержание деятельности представителя изучаемой профессии, включая ситуации для проявления профессионально важных качеств. Циклы отличаются по целям и методическому инструментарию, характеру, условиям, формам организации и способам выполнения работы.

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью реализует в школах области сетевую программу «Основы медиаграмотности и медиакомпетентности: как читать, понимать и делать медиа». В 2021-2022 учебном году программа была реализована в 10 классе МБОУ СОШ № 15 г. Мичуринска.

Программа курса «Основы медиаграмотности и медиакомпетентности: как читать, понимать и делать медиа» направлена на формирование навыков медиаграмотности у широкого круга слушателей старшего школьного возраста, ознакомление с основами информационной безопасности молодежи и защитными механизмами от манипуляционного информационного воздействия. Кроме того, освоение курса позволяет сформировать у школьников представления об особенностях работы в медиасфере, познакомить их с различными способами репрезентации контента в средствах массовой коммуникации.

Еще одним важным результатом на данном уровне медиаобразования становится серия мероприятий по реализации преподавателями, аспирантами и студентами кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью грантового проекта «Медийные инструменты социализации молодежи: интерактивное соавторство, мультимедийность и игровые реализации». Коллектив кафедры победил в конкурсе грантов на лучшие научные проекты фундаментальных исследований в сфере общественно-политических наук, проводимого совместно РФФИ и ЭИСИ.

Важнейшим и уникальным результатом проекта является создание на основе полученных теоретических и эмпирических данных медиаресурсов, в которых актуализированы медийные инструменты социализации молодежи – интерактивное соавторство, мультимедийность и игровые реализации трансляции медиаконтента. Участниками проекта созданы: мультимедийный лонгрид «Медийные инструменты

социализации молодежи», группа в социальной сети ВКонтакте «СММ – Социум. Медиа. Молодёжь», медиаобразовательные видеоролики «Почему нельзя ставить знак равенства между блогером и журналистом» и «Фейки», а также тестовые карточки «Нарушаете, блогер?».

Мультиформатность трансляции контента реализована благодаря кроссмедийному использованию медиаобразовательного лонгрида, информационно-просветительского паблика «Социум. Медиа. Молодёжь», интерактивных тестовых карточек и видеороликов. Разработанный лонгрид в научной и, одновременно, доступной форме позволил познакомить молодёжь с необходимыми для повышения медиаграмотности практическими знаниями. Паблик стал удобной площадкой для творческой реализации молодёжи. Интерактивные карточки дали возможность потенциальным блогерам разобраться в правовых основах профессиональной деятельности, а итоговый квиз помог быстро проверить полученные знания.

Интерактивное соавторство реализовано с помощью паблика «Социум. Медиа. Молодёжь». В паблике школьники и студенты публиковали свои творческие эссе на тему: «Журналист или блогер?» с возможностью комментирования работ друг друга. Такая форма соавторства помогла участникам проекта представить собственные аргументы в пользу актуальности и востребованности журналистики или блогосферы.

Принцип игрореализации был использован при разработке и проведении практического задания «Фейк или нефейк?» на платформе паблика «Социум. Медиа. Молодёжь». Школьникам и студентам предлагалось познакомиться с новостями различной тематики и распознать среди них фейковые новости. Интерактивные карточки «Нарушаете, блогер?» познакомили участников с правовыми основами деятельности блогеров, что также позволило использовать игрореализацию как эффективный инструмент социализации молодёжи.

После работы представителей молодежной аудитории с данными медиапродуктами проводилось тестирование, которое позволило оперативно оценить медиаобразовательный потенциал проекта кафедры. Тест состоял из 14 закрытых вопросов и проверял степень усвоения молодёжью рассмотренных тем: законодательных основ в области СМИ, блогосферы, авторских прав, признаков фейковых новостей и легитимных источников информации. В итоге 90% респондентов дали правильное определение термина «блогер»; 84% опрошенных безошибочно выявили специфику языковых норм для блогеров. В блоке вопросов об авторском праве большинство детей (60%) правильно отметили, что редакция не является автором журналистского произведения.

Важным показателем медиаграмотности молодёжи является умение правильно работать с сетевой информацией и распознавать фейки. В этой части участники также показали хорошие результаты. 95% опрошенных правильно нашли текст фейковой новости, 90% участников опроса выделили признаки фейка и столько же опрошенных смогли правильно определить характерные особенности воздействия фейка на человека.

Проект кафедры дал возможность участникам овладеть практическими знаниями при работе с сетевой информацией. 87% опрошенных правильно распознали, что не относится к ресурсам для проверки информации, в то же время 66% умеют выбирать источники для проверки фотографий. 98% молодёжи назвали преимущество интернета при поиске информации, 92% правильно определили, как быстро найти текстовую информацию, 98% правильно отметили ключевое правило, которое следует соблюдать при работе с сетевой информацией.

Таким образом, уникальные результаты тестирования (от 62 до 98% правильных ответов) позволяют говорить об эффективности использования медийных инструментов социализации при работе с молодёжью на темы медиаобразования.

2. «Медиакомпетентность». Специальный начальный уровень медиаобразования

В соответствии с целью начального специального уровня «медиакомпетентность» одним из направлений медиаобразовательной деятельности кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью ТГУ имени Г. Р. Державина является практика, направленная на выявление у школьников авторских, организаторских и креативных способностей; формирование у подростков и младших школьников медиакомпетентных умений; создание условий для реализации творческого потенциала молодых талантов. В Тамбовском государственном университете имени Г. Р. Державина ежегодно в рамках Фестиваля школьных медиа «ргоМЕДИА» для учащихся 6-11 классов общеобразовательных школ Тамбовской области и соседних регионов проводится конкурс школьных медиа и молодых авторов. В конкурсе заявлены номинации как для школьных коллективов (лучшая школьная пресс-служба, лучшее печатное издание, лучший интернет-портал, лучший паблик в социальных сетях), так и для индивидуальных авторов (лучший фоторепортаж, лучший автор видеоработы, лучший автор аудиоработы, лучший блогер, лучший ведущий теле-, радиопередачи).

Партнерами конкурса выступают Издательский Дом «Тамбов», управление по информационной политике администрации Тамбовской области и телерадиокомпания «Новый век». Очная сессия Фестиваля включает в себя цикл мастер-классов, тренингов от медиаэкспертов и представителей работодателей, награждения победителей конкурса. Из года в год количество участников конкурса растёт. В 2023 году на конкурс поступило более 160 работ.

По нашему мнению, такие формы медиаобразования позволяют создать на базе университета, как экспертной организации, единое коммуникационное пространство для обмена опытом в организации творческой деятельности между общеобразовательными учреждениями, творческими детскими организациями и вузом; создают единое комьюнити в области молодежного медиаторчества (Серова Зверева 2022: 166).

3. «Медиаторчество». Специальный высший уровень медиаобразования

Данный уровень медиаобразования предполагает осознанное участие молодежи в создании СМИ, высокую степень вовлеченности в окружающую их медиакультуру. Реализация уровня «медиаторчество» происходит в различных формах.

Одним из масштабных проектов кафедры является Центр гибких компетенций в медиасфере. Как отмечается в нашей публикации, «проект реализуется при поддержке Федерального агентства по делам молодежи «Росмолодежь», целевой аудиторией проекта являются молодые специалисты сферы массовых коммуникаций» (Зверева Серова 2022: 280).

Проект является интерактивной площадкой для проведения тренингов ведущих медиаэкспертов с целью обучения молодых журналистов работе с новейшими цифровыми медиаформатами и платформами. Актуальность проекта обусловлена потребностью медиаиндустрии в молодых специалистах, обладающих знаниями тенденций развития медиаландшафта, особенностей медиакommunikации и форм презентации контента. Проект нацелен на поддержку молодежи и его участниками стали студенты Державинской школы массовых коммуникаций, школьники, молодые сотрудники пресс-служб и средств массовой информации.

Ключевые социальные эффекты от реализации проекта видятся в повышении у участников проекта конкурентоспособности на рынке труда и трансляции медиатрендов в отрасль региона (Зверева Серова 2022: 282). Дальнейшая реализация и мультипликативность проекта заключается в привлечении работодателей к участию в проектной деятельности студентов и школьников на базе Центра; внедрение в практику проектов участников; расширение географии проекта за счет организации выездных тренингов и практикумов в районных средствах массовой информации Тамбовской области.

В 2023 году на конкурсе Росмолодежь Гранты среди образовательных организаций высшего профессионального образования была поддержана заявка С. А. Серовой и Е. А. Зверевой о проведении в Тамбовском государственном университете имени Г. Р. Державина форума медиаволонтеров «Живи со смыслом». Форум пройдет в октябре 2023 года в Тамбовском государственном университете имени Г. Р. Державина на базе Центра гибких компетенций в медиасфере (открыт в 2022 году при грантовой поддержке Росмолодежи). Участие в Форуме примут студенты вузов новых регионов РФ (Донецкий национальный университет, очно) и вузов 18 регионов Центрально-федерального округа. Всего планируется участие в форуме более 400 студентов и старших школьников.

Необходимость проведения такого форума диктует само время. Социальные медиа сегодня являются феноменом, новым институтом общества, пространством, в котором происходит социализация и самоидентификация молодежи, формируются ценностные установки молодого поколения. Распространение деструктивной идеологии, идеологическое и психологическое воздействие на молодежь в социальных медиа становится угрозой и является разрушительным для российского общества. Медиапотребление молодых россиян, как активное, так и пассивное, является важным фактором социокультурных трансформаций (позитивный или негативный сценарии) государства. Негативный сценарий может быть реализован в случае отсутствия противодействия распространению деструктивной идеологии.

Проект Форум медиаволонтеров «Живи со смыслом» направлен на формирование сообщества молодых блогеров, способных и готовых реализовывать коммуникационные кампании в цифровой среде по актуальной государственной повестке и собственные образовательные инициативы для молодежи и школьников (медиапедагогика). Цель форума – развитие молодежного медиаволонтерства, направленного на продвижение в цифровой среде традиционных российских духовно-нравственных ценностей.

Итогом форума, как представляется, должно стать создание медиасообщества социальных и политических блогеров и формирование у них ценностных ориентиров в области традиционных духовно-нравственных ценностей, практических навыков политического блогинга и вовлечение их в медиаволонтерство.

Перспектива развития данного проекта, помимо медиаобразовательной, имеет ясную социальную значимость: участие сформированного пула блогеров в различных коммуникационных задачах в рамках государственной информационной политики, в том числе на территориях новых регионов Российской Федерации; развитие медиаволонтерства в области политического и социального блогинга; реализация участниками Форума собственных медиаобразовательных проектов со студентами и школьниками; реализация совместных проектов с вузами новых регионов РФ в области развития медиаволонтерства, направленного на противодействие распространению деструктивной идеологии в информационном пространстве.

Аудитория данных проектов – студенты-журналисты и студенты родственных специальностей. Участие в работе мастер-классов позволяет закрепить базовые представления об особенностях работы журналиста, выявить наличие коммуникативных, аналитических, организаторских способностей. Основная задача – практическое погружение в медиасреду, творческое осмысление теоретических основ производства информации, её распространения и использования. В ходе мастер-классов обучающимся представляется возможность изучить современные подходы к работе с информацией, а также апробировать свои творческие идеи для различных типов медиа. Мероприятие завершается созданием проектов и подведением итогов с обсуждением того, какими универсальными профессиональными навыками овладели обучающиеся и какие сложности они испытывали при выполнении задания.

Опыт работы показывает интерес участников проекта к современным формам: индивидуальным проектам в сетевой среде, мультимедийным проектам, игровой форме самореализации. Таким образом, участники имеют возможность самостоятельной практической работы и получают опыт творческих проектов в сфере журналистики.

Вслед за Р. П. Бакановым, считаем целесообразным организовывать творческую работу над журналистским медиапроектом, основываясь на следующих подходах: компетентностный, деятельностный, социализирующий, личностно-ориентированный, событийный (Баканов 2017: 43).

В результате формируются «интеллектуальные и практические умения в области журналистики средствами проектно-исследовательской деятельности с использованием традиционных технологий, современных цифровых и инновационных медиаинструментов, социальных платформ» (Видная Зверева 2019: 311).

Научно-образовательная лаборатория Практическая лаборатория студенческих медиапроектов предназначена для представления интересов университета на уровне студенческого сообщества, профессорско-преподавательского состава, сотрудников университета, жителей города Тамбова и области; развития связей с медийными организациями региона, а также обеспечения эффективной коммуникации между подразделениями университета. Таким образом реализуется идея создания единого информационного поля вуза, объединяющего студентов и сотрудников. Основные направления работы лаборатории: учебная, научно-исследовательская, творческая, медиаобразовательная деятельность. Одна из основных целей структуры – формирование мотивации к созданию медиапроектов и поддержка проектной деятельности студентов.

Основными задачами лаборатории в повышение медиаобразовательных компетенций являются:

- внедрение инновационных и проектных технологий обучения в вузе, призванных обеспечить качественное современное медиаобразование;
- создание информационных продуктов различной тематики, выпуск научных проектов;
- создание возможностей для массового медиаобразования;
- проведение мастер-классов, объединение студентов различных специальностей для создания медиапроектов.

Проекты лаборатории не один раз занимали призовые места на конкурсах различного уровня, участвовали в выставках инновационных проектов в вузе и регионе, участвовали в молодежных форумах.

Одна из задач проекта – объединить вокруг студентов, являющихся профессионалами-журналистами, единомышленников, обучающихся по другим специальностям, тех, кого всерьез интересует современная медиасреда, кто умеет и хочет заниматься продвижением массового социально-значимого контента в социальных сетях.

Ниша данного проекта в медиаобразовательной системе – многоступенчатая передача знаний в области медиа, тьюторское сопровождение участников проекта, апробация творческого медиапроекта, получение самостоятельного опыта в сфере менеджмента тематического контента.

Значимым направлением в медиаобразовательной деятельности кафедры являются программы профессиональной переподготовки в сфере медиакоммуникаций. Сегодня Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина фактически является региональным центром по подготовке и переподготовке специалистов по связям с общественностью для государственного сектора. Это стало возможным благодаря ряду реализуемых медиаобразовательных направлений в совместной деятельности Державинского университета и Центра управления регионом Тамбовской области. На данный момент по заказу и совместно с АНО «Диалог Регионы» и Центром управления регионом Тамбовской области в Державинском университете реализуется программа профессиональной переподготовки «Связи с общественностью в органах государственной власти» для специалистов без базового медийного образования. Слушателями программы являются сотрудники исполнительных органов Правительства Тамбовской области и администраций городов и районов Тамбовской области.

Программа нацелена на обучение слушателей комплексным компетенциям, позволяющим создавать целевые медиапродукты и обеспечивать эффективную коммуникационную деятельность государственной организации в цифровой среде в соответствии с государственной информационной политикой Российской Федерации. В начале 2023 года АНО «Диалог Регионы» признал совместную программу ДПО ЦУР

Тамбовской области и Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина одной из лучших в России по направлению государственного диджитал.

Таким образом, в рамках данных проектов реализуется третья ступень медиаобразовательной системы, определяемая как «медиатворчество». Это позволяет сделать процесс обучения основам современных мультимедиа и новым журналистским технологиям создания медиапродукта более точечным, запрограммировать индивидуальную образовательную траекторию.

Заключение

Анализ медиаобразовательной деятельности кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Державинского университета позволяет сделать следующие выводы:

полученные эмпирические данные достаточно отчетливо демонстрируют принципы построения кафедрой эффективной уровневой системы медиаобразования;

компетентностная дифференциация представленных медиаобразовательных программ в зависимости от потребностей целевой аудитории позволяет эффективно формировать востребованные адресатами навыки освоения информационного и коммуникативного пространства;

деятельностный подход к организации реализации медиаобразовательных программ, демонстрируемый в проанализированном материале, вовлечение адресатов в проектную деятельность позволяет оптимально решить поставленные задачи и одновременно оценить степень освоения компетенций;

медиаобразовательная деятельность кафедры имеет высокую социальную значимость как для отрасли, так и для региона. Представляется, что принцип социальной значимости и социальной ответственности должен быть одним из ключевых в медиаобразовании.

Список источников

Баканов Р. П. Педагогические приемы, направленные на эффективное освоение студентами дисциплины «Выпуск учебного медиапроекта» (опыт Казанского университета) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 34-45.

Видная О. Е., Зверева Е. А. Эффективность работы многоуровневой системы медиаобразования: опыт вуза // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: мат-лы IV Международной научной конференции. Челябинск : Изд-во «Челябинский государственный университет», 2019. С. 303-313.

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

Дорошук Е. С. Медиаграмотность будущего журналиста в системе профессиональной компетентности работника медиасферы // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 83-87.

Жилавская И. В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск : ТИИТ, 2009. 322 с.

Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи : монография. Москва : МГПУ, 2018. 214 с.

Жилавская И. В. Медийно-информационная грамотность и медиаобразование граждан // Международные отношения и общество. 2019. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediyno-informatsionnaya-gramotnost-i-mediaobrazovanie-grazhdan> (дата обращения: 25.06.2023).

Зверева Е. А., Серова С. А. Опыт реализации образовательного проекта «Центр гибких компетенций в медиасфере» // Коммуникации в условиях цифровой трансформации : сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 29–30 ноября 2022 г. / под ред. проф. А.Д. Кривоносова. СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2022. С. 279-282.

Кириллова Н. Б. Медиаобразование как фактор социализации личности // Многогранность человеческого капитала: культурные и социальные основания. Москва : Согласие, 2019. С. 173-191.

Кот Т. А. Основные термины, теории, ключевые концепции, направления медиаобразования // Современная медиадидактика: направления, проблемы, поиски : монография. Ялта : Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», 2020. С. 59-64.

Лазутина Г. В. К вопросу о тенденциях развития медиаобразования в России // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 150-155.

Павлушкина Н. А. Медиатворчество в современной прессе: влияние аудиторного фактора // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 3 (15). С. 27-41.

Прохоров А. В. Уровневая модель медиауниверсума современного университета. Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2021. 244 с.

Серова С. А., Зверева Е. А., Семишова Е. П. Конкурсы школьных СМИ как направление медиаобразовательной деятельности // Коммуникация в современном мире: Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью, Воронеж, 20–21 мая 2022 года. Том Часть II. Воронеж : Воронежский государственный университет, 2022. С. 164-166.

Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. 340 с.

Федоров А. В. Медиаобразование: история и теория. Москва : МОО «Информация для всех», 2015. 450 с.

Хлызова Н. Ю. Медиаобразование и медиакомпетентность в эпоху информационного общества // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 342. С. 188-191.

Челышева И. В. Методика и технология медиаобразования в школе и вузе. Москва : Директ–Медиа, 2013. 544 с.

References

Bakanov, R.P. (2017). Pedagogicheski priemy, napravlennye na jeffektivnoe osvoenie studentami discipliny «Vypusk uchebnogo mediaproekta» (opyt Kazanskogo universiteta) [Pedagogical methods aimed at the effective development by students of the discipline «Issue of educational media project» (Kazan University experience)]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 4 (26), 34-45. (In Russ.).

Vidnaya, O.E., Zvereva, E.A. (2019). Effektivnost' raboty mnogourovnevnoy sistemy mediaobrazovaniya: opyt vuza [Efficiency of the multilevel system of media education: experience of the university]. *MEDIAObrazovanie: vektory integratsii v tsifrovoe prostranstvo: mat-ly IV Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*. Chelyabinsk : Chelyabinsk State University Publ., 303-313. (In Russ.).

Dobosh, E.G. (2017). Praktiko-orientirovannyj podhod v mediaobrazovanii uchashhihsja shkol kak faktor professional'noj orientatsii [A practice-oriented approach to media education of schoolchildren as a factor in professional orientation]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 4 (26), 76-82. (In Russ.).

Doroshhuk, E.S. (2017). Mediagramotnost' budushhego zhurnalista v sisteme professional'noj kompetentnosti rabotnika mediasfery [Media literacy of a future journalist in the system of professional competence of media sphere worker]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 4 (26), 83-87. (In Russ.).

Zhilavskaya, I.V. (2009). *Mediaobrazovanie molodezhnoy auditoria* [Media education of the youth audience]. Tomsk : TIIT, 322 p. (In Russ.).

Zhilavskaya, I.V. (2018). *Mediaobrazovanie molodezi: monografiya* [Youth Media Education]. Moskva: MGPI. (In Russ.).

Zhilavskaya, I.V. (2019). Medijno-informacionnaja gramotnost' i mediaobrazovanie grazhdan [Media and information literacy and media education of citizens]. *Mezhdunarodnye otnosheniya i obshchestvo*, 4. (In Russ.).

Zvereva, E.A., Serova, S.A. (2022). Opyt realizatsii obrazovatel'nogo proekta «Tsentri gibkikh kompetentsiy v mediasfere» [Experience in the implementation of the educational project «Center for flexible competencies in the media sphere»]. *Kommunikatsii v usloviyakh tsifrovoy transformatsii : sbornik materialov VI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Sankt-Peterburg: SPbGEU Publ., 279-282. (In Russ.).

Kirillova, N. B. (2019). Mediaobrazovanie kak faktor socializatsii lichnosti [Media education as a factor in the socialization of personality]. *Mnogogrannost' chelovecheskogo kapitala: kul'turnye i social'nye osnovaniya*. Moskva : Soglasie, 173-191. (In Russ.).

Kot, T. A. (2020). Osnovnye terminy, teorii, klyuchevye kontseptsii, napravleniya mediaobrazovaniya. [Basic terms, theories, key concepts, directions of media education]. *Sovremennaya mediadidaktika: napravleniya, problemy, poiski: monografiya*. Yalta: Gumanitarno-pedagogicheskaya akademiya (filial) Federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo uchrezhdeniya vysshego obrazovaniya «Krymskiy federal'nyy universitet imeni V. I. Vernadskogo», 59-64. (In Russ.).

Lazutina, G.V. (2017). K voprosu o tendentsiyakh razvitiya mediaobrazovaniya v Rossii [To a question about trends in media education in Russia]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 4(26), 150-155. (In Russ.).

Pavlushkina, N. A. (2014). Mediatvorchestvo v sovremennoy presse: vliyaniye auditornogo faktora [Media creativity in the modern press: the impact of the audience factor]. *Zhurnalists. Sotsial'nye kommunikatsii*, 3 (15), 27-41. (In Russ.).

Prokhorov, A. V. (2021). *Urovnevnyaya model' mediauniversuma sovremennogo universiteta* [Level model of the media universe of the modern university]. Tambov: Izdatel'skiy dom «Derzhavinskiy», 244 p. (In Russ.).

Serova, S.A., Zvereva, E.A., Semishova, E. P. (2022). Konkursy shkol'nykh SMI kak napravleniye mediaobrazovatel'noy deyatel'nosti [Competitions of school media as a direction of media education]. *Kommunikatsiya v sovremennom mire: Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii issledovateley i prepodavateley zhurnalistiki, reklamy i svyazey s obshchestvennost'yu*. Voronezh: Voronezhskiy gosudarstvennyy universitet, 164-166. (In Russ.).

Fedorov, A.V. (2004). *Mediaobrazovanie i mediagramotnost'* [Media Education and Media Literacy]. Taganrog: Izdatel'stvo Kuchma, 340 p. (In Russ.).

Fedorov, A.V. (2015). *Mediaobrazovanie: istoriya i teoriya* [Media Education: History and Theory]. Moskva: MOO «Informaciya dlja vsekh», 450 p. (In Russ.).

Hlyzova, N. Ju. (2011). Mediaobrazovanie i mediakompetentnost' v jepohu informacionnogo obshchestva [Media education and media competence in the era of the information society]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 342, 188-191. (In Russ.).

Chelysheva, I. V. (2013). *Metodika i tekhnologiya mediaobrazovaniya v shkole i vuze* [Methods and technology of media education at school and university]. Moskva : Direkt-Media, 544 p. (In Russ.).

Информация об авторах

Е. А. Зверева – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью факультета филологии и журналистики Тамбовского государственного университета имени Г. П. Державина.

С. А. Серова – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью факультета филологии и журналистики Тамбовского государственного университета имени Г. П. Державина.

Information about the author(s)

Ekaterina A. Zvereva – PhD, Professor of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Faculty of Philology and Journalism, Derzavin Tambov State University.

Svetlana A. Serova – PhD, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Faculty of Philology and Journalism, Derzavin Tambov State University.

Статья поступила в редакцию 25.06.2023; одобрена после рецензирования 18.07.2023;
принята к публикации 20.07.2023.

The article was submitted 25.06.2023; approved after reviewing 18.07.2023;
accepted for publication 20.07.2023.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.