

УДК 37.01

## РАБОТА ШКОЛЬНИКОВ НАД ЛОНГРИДАМИ: МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

*С. В. Лебедева*

*АНО ВО «Гуманитарный университет», Екатеринбург*

*Проект «MediaSkills-Екатеринбург», реализуемый специалистами Городского Дворца творчества детей и молодежи «Одаренность и технологии», основан на выполнении конкурсного задания – создания журналистского лонгрида – командами школьников. В статье рассматриваются эффективность их деятельности в данном формате для совершенствования навыков коммуникации, владения новыми технологичными инструментами, активного участия в функционировании новой, доступной для всех, информационной среды.*

**Ключевые слова:** лонгрид, медийный проект, MediaSkills, подростки.

Одна из важнейших задач медиаобразования на современном этапе состоит в изменении роли конкретного индивида. Из потребителя информации, пусть даже активного и «продвинутого», он превращается в участника происходящих в обществе социальных процессов. Для этого он должен обладать определенными навыками, которые позволят ему грамотно выстраивать диалог с окружающими. Об этом, в частности, говорит исследователь И. В. Жилавская. Она отмечает, что необходимо стремиться к созданию информационной среды, в которой будет обеспечен всеобщий доступ к информации. «В этих условиях осуществляется развитие информационной инфраструктуры в интересах образования, науки, культуры и коммуникаций, а также сотрудничества государства, бизнеса и неправительственных организаций для достижения общественного согласия и реализации принципа социального договора» [3. С. 79].

Вопрос о социальном (общественном, гражданском) договоре стал особенно актуальным в мае нынешнего 2019 года в Екатеринбурге, когда представители населения города, и особенно молодежь, принимали участие в несанкционированных акциях протеста против строительства нового храма на месте сквера возле драмтеатра. И в официальных СМИ, и в соцсетях шло активное обсуждение данной темы, причем не всегда в рамках закона и этики. Зачастую отклонения были продиктованы не только позицией конкретного молодого автора, но и его медийной неграмотностью, нежеланием и неумением собирать информацию, чтобы показать ситуацию по возможности непредвзято и объективно. И дело не только в неумении написать информативный текст, снять фото или видео, но и в создании качественного информационного продукта в целом, учитывая логику изложения, использование убедительных аргументов, предоставленных в различных форматах.

Медиаэксперт А. А. Мирошниченко в своей статье «Как изменятся функции журналиста в 2019 году» [4] подчеркивает, что сегодня «конечный мультимедийный продукт может быть сделан одним автором, редакция не нужна». И далее: «В то же время нельзя сказать, что сами процессы стали проще и не требуют специальных знаний. Специализация и разделение труда остаются. Но теперь они привязаны не к старым процессам производства контента, а к новым цифровым платформам. Меняется структура компетенций <...> Теперь статья не текст, а проект. Поэтому успешный журналист в новой среде выступает автором не контента, а проекта. Для успеха проекта качество процессов важно, но вторично: первичны замысел и видение автором конечного результата».

О проектной деятельности как основном компоненте медиаобразовательного процесса исследователи говорят уже достаточно давно, этому посвящены многие работы. В частности, И. А. Фатеева пишет: «Медиаобразование, реализующееся на основе проектной технологии, мы называем активным <...> Пройдя через обучение данного типа, обучающийся приобретает навыки активного коммуникатора благодаря участию в разработке и реализации того или иного медиаобразовательного проекта» [8. С. 119] В другой своей работе она дает четкую формулировку данного термина: «Медиаобразовательный проект – это уникальная медиаобразовательная деятельность активного типа, имеющая начало и конец во времени, а также направленная на создание определенного уникального медиапродукта» [7. С. 50] И далее подчеркивает: «Эффективность технологии медиаобразовательного проекта, используемого в педагогике с конца XIX в., чрезвычайно высока, благодаря этому мы считаем ее ведущей и даже системообразующей для всех видов современного медиаобразования». [7. С. 51] А вот что отмечает исследователь Е. Г. Добощ: «На сегодняшний день в связи с бурным развитием медиасферы, журналистики, появлением новых инструментов и технологий создания медиатекстов, а также развитием профессионального образования, возрастает значимость практико-ориентированной модели медиаобразования». [2. С. 79] Анализу использования медиаобразовательных проектов в системе дополнительного образования посвящено исследование А. А. Тажмуратовой, которая утверждает, что подобная деятельность призвана «формировать качества лидера, использующего современные технологии» [6. С. 14] Одним из видов проектной деятельности может быть создание лонгрида. Как отмечает А. С. Сумская, «Лонгрид (от англ. long – длинный и read – читать) представляет особый способ подачи длинных текстов в интернет-пространстве с использованием мультимедийных инструментов <...> По своей сути он является мультимедийной историей, в которой центральное значение имеет текст, дополняемый фото, видео, графикой, анимацией и пр., раскрывающей наиболее полно описываемое событие». [5. С. 130] В современных редакциях лонгриды являются специальными проектами, над которыми работает один человек или группа авторов, об этом пишут в своем исследовании М. Н. Булаева и Е. В. Белоус [1]

Умение формулировать замысел медийного проекта, представлять себе конечный результат и реализовывать свои идеи на практике – такие задачи ставили и организаторы городского конкурса MediaSkills-Екатеринбург, специалисты отдела медиапроектов МАУ ДО Городской Дворец творчества детей и молодежи «Одаренность и технологии». Рассмотрим подробнее медиаобразовательные составляющие данного проекта и оценим их эффективность.

В минувшем учебном году (2018-2019) этот конкурс прошел уже во второй раз. В качестве продукта (проекта) обучающиеся под руководством педагога должны были создать лонгрид. В данном случае речь идет о мультимедийном лонгриде, под которым понимается довольно большая по количеству знаков публикация, разделенная на подзаголовки и блоки, в которой могут быть использованы не только обычные традиционные иллюстрации (фото, рисунки, инфографика), но и видео- и аудио-файлы (подкасты).

Важный момент: финальный этап конкурса MediaSkills-Екатеринбург нынче, как и в прошлом году, проходил непосредственно на площадке Международной образовательной выставке-форуме SMART EXPO-URAL (22–24 марта 2019 года). На ней были представлены программы, проекты, достижения различных образовательных организаций и вузов уральского региона и России в целом, различные издательства и периодические издания. На выставке можно было встретиться и взять интервью или комментарий у министра образования области, начальника Департамента образования Администрации города, многих известных общественных деятелей. Общение подростков-участников конкурса

с ними, впоследствии нашедшее отражение в содержании их лонгридов, вполне можно считать своеобразными шагами навстречу друг другу представителей двух разных социальных и возрастных групп, шагами к заключению в информационном пространстве, образно говоря, некоего общественного договора. Выставка и финал конкурса на ней прошли раньше, чем майские акции протеста. Однако думается, что те юноши и девушки, которые умеют собирать информацию, имеют опыт общения с представителями власти, понимают уровень ответственности за переданные в своем тексте чужие слова и за свои собственные оценки, – они вряд ли станут выкладывать в интернет не подтвержденные ничем домыслы, экстремистские комментарии и призывы. В этом, несомненно, один из позитивных эффектов указанного конкурса.

Конкурс проходил в три этапа. На первом (октябрь-декабрь) обучающиеся в своих школах должны были собрать команду единомышленников, выбрать тему и рассказать запоминающуюся историю с помощью мультимедиа, опубликовать свой лонгрид на сайте образовательной организации, в группах социальной сети. В этом году, согласно предоставленной отделом медиапроектов Дворца творчества статистике, в первом этапе участвовало 86 образовательных организаций, всего – 578 участников, разделенных на две возрастные категории: 10-13 лет и 14-17 лет. Далее следовал отборочный этап – представленные на конкурс лонгриды оценивало жюри, в состав которого вошли профессиональные журналисты и работники сферы медиа. Было выделено 10 лучших команд, по пять в каждой возрастной категории. Наконец, третий, городской этап включал в себя их работу на выставке и подведение итогов конкурса.

Проект конкурса MediaSkills-Екатеринбург был создан на стандартах JuniorSkills – программы ранней профессиональной подготовки и профессиональной ориентации школьников 10-17 лет, но с упором не на технологические навыки, а на медийное творчество. Одновременно конкурс стал логическим продолжением проводившегося отделом медиапроектов Дворца творчества в течение шести лет Городского фестиваля «Высокое разрешение». В его рамках проходили мастер-классы и конкурсы по узким направлениям – печатные издания, фото, видео. А участники конкурса MediaSkills должны предоставить системный продукт, включающий все виды медиа. Таким образом, получается, что школьникам, владевшим различными медийными навыками (и порой работавшие в разных редакциях школьного пресс-центра – газеты, сайта, студии телевидения) для участия MediaSkills следовало объединиться и объединить свои усилия. И тут можно отметить еще один позитивный эффект данного медиа-состязания. Многие психологи и исследователи, в частности, С. Б. Цымбаленко, отмечают, что наиболее важной для ребенка в подростковом возрасте является та информация, которую он получает от сверстников [9. С. 185]. Соответственно, обучение подростками друг друга определенными навыками происходит быстрее, чем когда их учит взрослый.

На третьем этапе команды-участники конкурса должны были два дня подряд готовить новостную ленту в виде лонгрида о работе выставки и закачивать ее на платформу Tilda, с владельцами которой у организаторов были договоренности о безлимитном доступе. Командам раздали конкурсные пакеты, которые включали два направления деятельности: работа с экспонентами выставки и отражение ее деловой программы – пресс-конференций и мастер-классов.

Во время работы команд автором статьи было проведено анкетирование (закрытого типа) среди участников конкурса. Целью его было выяснить, насколько интересны лонгриды подросткам как продукт и какие затруднения в ходе их создания ребята испытывали. Всего было охвачено 22 человека, 13 – из младшей возрастной группы, 9 – из старшей. Практически все, кроме одного человека, отметили, что считают лонгриды перспективной формой подачи информации. При этом в старшей возрастной группе 8 человек, а в младшей – 9 главной причиной указали то, что здесь «*визуальные методы*

*сочетаются с текстовыми*». Из старшей группы 5, а из младшей 2 участника указали в качестве плюса лонгрида *«меньше текста, больше фото и видео»*. Вариант *«Можно не только видеть, но и слышать, важно для слабовидящих»* отметили 2 и 4 человека соответственно.

В ответах на второй вопрос «Что при подготовке лонгрида у вашей команды вызвало наибольшие трудности?» лидирующую позицию (6 человек в старшей, 8 – в младшей возрастных группах) занимает *«Сборка» всех элементов в одно целое*, на втором месте *«Создание концепции лонгрида и плана его подготовки»* (по 4 человека), на третьем (по 3 человека) – *«Создание текстовых элементов»*. Треть старшекласников и чуть меньше половины младшей группы отметили трудности при создании элементов видео, проблемы при создании достойных фото испытывали немногие.

Из полученных данных можно сделать вывод о том, что участники из обеих групп в качестве молодежной аудитории (к которой они, несомненно, относятся) позитивно оценивают лонгриды именно в виду их мультимедийности, простоты восприятия. В то же время у них, как авторов лонгридов, создание подобного продукта с серьезным контентом вызывает сложности, причем, наибольшие – на начальном и конечном этапах, когда основную роль играет умение каждого работать в команде ради общего результата. Несмотря на то, что команды уже делали совместный продукт на первом этапе, новая обстановка (выставка) и усложнение поставленных задач (проект новостной ленты) потребовали от участников более сложных действий. Добиться единого «видения результата» несколькими подростками не так просто, но навык этот очень ценный.

Один из экспертов конкурса, преподаватель факультета журналистики и медиакоммуникаций АНО ВО «Гуманитарный университет» О. Ф. Медведев в интервью автору статьи отметил, что освоение подростками новых технологических инструментов при создании лонгридов сегодня крайне важно, владение ими необходимо не только для работы в сфере медиа, но и практически в любой другой сфере сегодня. Элемент соревновательности, стрессовая ситуация, которые присутствуют на конкурсе, становятся порой причиной ошибок, которые совершают участники. Но это, по его мнению, играет положительную роль, помогая закреплять знания. Важен и опыт личного общения с самыми разными людьми, когда ребята выходят из своей «зоны комфорта» – общения виртуального, учатся задавать вопросы, брать комментарии. Последний аспект также особенно подчеркивали педагоги-руководители команд в своих отзывах о конкурсе.

Можно без сомнения констатировать, что конкурс MediaSkills-Екатеринбург доказал свою эффективность с точки зрения медиаобразования в разных аспектах. Несомненно, организаторам стоит обратить больше внимания на моменты, которые вызывают у подростков трудности – формулирование основной идеи лонгрида и качественная ее реализация на этапе «сборки». Специалисты отдела медиаобразования уже задумались над обновлением формата для школьного этапа, и это кажется правильным. Каждая команда приходит на финальный этап конкурса со своим видением процесса, который может быть еще более креативным, наполненным не только применением разнообразных технологических навыков, но и продуцированием более интересных, пригодных для реализации идей. Все это следует учитывать в следующем году при разработке программы конкурса MediaSkills-Екатеринбург. В определенном смысле его можно считать неким срезом знаний, навыков и умений екатеринбургских школьников в области медиаграмотности. Исследования эффективности подобной формы работы с подростками в дальнейшем будут продолжены.

### Список литературы

1. Булаева, М. Н., Белоус, Е. В. Тематическое разнообразие мультимедийных лонгридов // Язык. Культура. Коммуникации. 2016. Вып. 1. URL: <https://journals.susu.ru/lcc/article/view/401/573> (дата обращения: 02.09.2019).
2. Добыш, Е. Г. Практико-ориентированный подход в медиаобразовании учащихся школ как фактор профессиональной ориентации // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2017. № 4 (26). С. 76–81.
3. Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. 322 с.
4. Мирошниченко, А. А. Как изменятся функции журналиста в 2019 году // Журналист. URL: <https://jrnlst.ru/journalist-functions-19> (дата обращения: 22.04.2018).
5. Сумская, А. С. Синтез лонгрида и лендинга – новый формат интерактивного повествования. // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Международной науч-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.) / сост. О. Ф. Автохутдинова; Урал. федерал. ун-т. Екатеринбург, 2016. С. 130–134.
6. Тажмуратова, А. А. Что такое медиаобразовательный проект в системе дополнительного образования? // Медийно-информационная грамотность современного педагога: в 3 ч. Ч. 2. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Оренбург, Оренбургский государственный педагогический университет, 30-31 октября 2018 г. / сост. и науч. ред. О. М. Скибина, И. В. Жилавская. Оренбург: Издательство «Оренбургская книга», 2018. С. 12–20.
7. Фатеева, И. А. Актуальные проблемы медиаобразования : учеб. пособие. Челябинск : Изд-во Челяб. гос.ун-та, 2015. 129 с.
8. Фатеева, И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. 270 с. С. 119.
9. Цымбаленко, С. Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования. М.: НИИ школьных технологий, 2010. 253 с.

### STUDENTS WORK ON LONGRIDGE: MEDIA EDUCATION EFFECT

*Lebedeva S. V.*

*ANO VO «Humanitarian University», Yekaterinburg, lebedev\_a62@mail.ru*

*The project «MediaSkills-Ekaterinburg» is implemented by the specialists of the City Palace of creativity of children and young people «Talent and technology». It is based on the competition assignment – the creation of journalistic longride teams of students from various educational organizations. First, they create longreads in school, the stage takes place in the International educational exhibition and forum SMART EXPO-URAL. Teenagers have in your longride to r the features of the forum. Each team creates their project, a big volume of multimedia longed, which can be used photos, drawings, infographics, and video and audio (podcasts). A total of 10 teams participate, they are divided into two age categories: 10-13 years and 14-17 years. During the work of the teams, the author of the article conducted a survey of participants to out how interesting longreads teenagers as a product and what in the course of their creation, the guys experienced. The article discusses the results of this study, the effectiveness of this format of media activities to improve communication skills, ownership of new technological tools, active participation in the functioning of the modern information environment.*

**Keywords:** longed, media project, Media Skills, adolescents.

### References

1. Bulaeva, M. N. and Belous, E. V. (2018). Tematicheskoe raznoobrazie mul'timedijnykh longridov [Thematic diversity of multimedia longreads], in: *Yazyk. Kul'tura. Kommunikatsii* [Language. Culture. Communication tools], available at: <https://journals.susu.ru/lcc/article/view/401/573>, accessed 02.09.2019. (In Russ.).
2. Dobysh, E. G. (2017). Praktiko-orientirovannyj podkhod v mediaobrazovanii uchashhikhsya shkol kak faktor professional'noj orientatsii [Practice-oriented approach in media education of school students as a factor of professional orientation], in: *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic of media education], No. 4 (26), pp. 76–81. (In Russ.).
3. ZHilavskaya, I. V. (2009). *Mediaobrazovanie molodezhnoj auditorii* [Media Education of youth audience]. Tomsk, TIIT. (In Russ.).
4. Miroshnichenko, A. A. Kak izmenyatsya funktsii zhurnalista v 2019 godu [How the functions of a journalist will change in 2019], in: *Journalist*, available at: <https://jrnlst.ru/journalist-functions-19>, accessed 22.04.2018. (In Russ.).
5. Sumskaya, A. S. (2016). Sintez longrida i landinga – novyj format interaktivnogo povestvovaniya [The Synthesis of longride and landing – a new format of interactive storytelling], in: *ZHurnalistsika tsifrovoj ehpokhi: kak menyaetsya professiya : materialy Mezhdunarodnoj nauch-prakt. konf. (Yekaterinburg, 14-15 April 2016)* [Journalism of the digital age: how the profession changes: materials of International scientific practice. Conf. (Yekaterinburg, 14-15 April 2016)], Ural Federal University, Ekaterinburg, pp. 130–134. (In Russ.).
6. Tazhmuratova, A. A. (2018). CHto takoe mediaobrazovatel'nyj proekt v sisteme dopolnitel'nogo obrazovaniya? [What is a media education project in the system of additional education?], in: *Medijno-informatsionnaya gramotnost' sovremennogo pedagoga: v 3 ch. CH. 2. Materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferentsii. Orenburg, Orenburgskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet, 30-31 oktyabrya* [Media and information literacy of the modern teacher: at 3 h. H. 2. Proceedings of the all-Russian and practical conference], Publishing house «The Orenburg book», Orenburg, pp. 12–20. (In Russ.).
7. Fateeva, I. A. (2015). *Aktual'nye problemy mediaobrazovaniya : ucheb. posobie* [Actual problems of media education: textbook]. Chelyabinsk, Publishing house of Chelyabinsk State University. (In Russ.).
8. Fateeva, I. A. (2007). *Mediaobrazovanie: teoreticheskie osnovy i opyt realizatsii* [Media education: theoretical foundations and implementation experience]. Chelyabinsk, Publishing house of Chelyabinsk State University. (In Russ.).
9. TSymbalenko, S. B. (2010). *Podrostok v informatsionnom mire: praktika sotsial'nogo proektirovaniya* [A teenager in the information world: the practice of social design]. Moscow, NII of school technologies. (In Russ.).

**Лебедева Светлана Викторовна** – кандидат филологических наук, преподаватель факультета журналистики и медиакоммуникаций, АНО ВО «Гуманитарный университет». [lebedev\\_a62@mail.ru](mailto:lebedev_a62@mail.ru)