

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Челябинский государственный университет»

**Челябинский  
гуманитарий**

**Ч**

**НАУЧНЫЙ  
ЖУРНАЛ**

*Основан в 2006 году*  
**№ 4 (53) / 2020**

## Главный редактор

М. В. Загидуллина – доктор филологических наук, профессор.

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

**Головин** Юрий Алексеевич, доктор культурологии, доцент, Московский гуманитарный университет (Москва, Россия).

**Доманский** Юрий Викторович, доктор филологических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (Москва, Россия).

**Зубанова** Людмила Борисовна, доктор культурологии, профессор, Челябинский государственный институт культуры (Челябинск, Россия).

**Коханая** Ольга Евгеньевна, доктор культурологии, доцент, Московский гуманитарный университет (Москва, Россия).

**Распопова** Светлана Сергеевна, доктор филологических наук, доцент, Московский политехнический университет (Москва, Россия).

**Репин** Сергей Арсеньевич, доктор педагогических наук, профессор, Челябинский государственный университет (Челябинск, Россия).

**Савиных** Владимир Леонидович, доктор педагогических наук, профессор, Курганский государственный университет (Курган, Россия).

**Фаустов** Андрей Анатольевич, доктор филологических наук, профессор, Воронежский государственный университет (Воронеж, Россия).

ISSN 1999-5407

Учредитель: ФГБОУ ВО «Челябинский  
государственный университет»

Свидетельство о регистрации  
ПИ № ФС77-78897 от 28.08.2020

Редактор *А. Р. Медведева*  
Компьютерная верстка *А. Р. Медведева*

Подписано в печать 30.11.2020  
Выход в свет 18.01.2021  
Формат 60x84 1/8. Бумага офсетная. Гарнитура  
Таймс. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 13,4. Уч.-изд. л. 9,1.  
Тираж 500 экз. Заказ № 3.  
Цена договорная

Отпечатано в Издательстве Челябинского  
государственного университета. 454021,  
г. Челябинск, ул. Молодогвардейцев, 57 Б

12+

*Редколлегия журнала может не разделять точку зрения авторов публикаций. Ответственность за содержание статей и качество перевода аннотаций несут авторы публикаций.*

*Журнал публикует статьи по культурологии (24.00.01 Теория и история культуры); филологии (10.01.01 Русская литература; 10.01.08 Теория литературы. Текстология; 10.01.10 Журналистика), педагогике (13.00.01 Общая педагогика, история педагогики и образования).*

Адрес издателя  
454001, Челябинск, ул. Бр. Кашириных, 129  
Адрес редакции  
454084, Челябинск, пр. Победы 162в, 408  
Тел.: (351)799-70-29  
e-mail: chelgum@yandex.ru

---

## СОДЕРЖАНИЕ

|                   |   |
|-------------------|---|
| От редакции ..... | 7 |
|-------------------|---|

### КУЛЬТУРОЛОГИЯ

|  |    |
|--|----|
| <i>Александров Л. Г.</i> Об утопизме Гийома Постеля в эпоху поиска новых культурных универсалий .....    | 9  |
| <i>Шуб М. Л.</i> Анализ культурно-исторической динамики образов прошлого: от архаики до Ренессанса ..... | 16 |

### ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

|   |    |
|---|----|
| <i>Дементьева К. В.</i> Особенности освещения темы экстремизма и его проявлений в СМИ .....   | 23 |
| <i>Загидуллина М. В.</i> Иммерсивная журналистика сквозь призму ремедиации .....  | 30 |
| <i>Курушкин С. В.</i> Гиперлокализация в системе российского мегаполиса: к вопросу об определении понятия .....   | 36 |
| <i>Махакова Л. С., Шадрина А. В.</i> Методика оценки системной эффективности организации работы редакции СМИ .....  | 41 |
| <i>Мельник Г. С.</i> Новые технологии медиапроизводства: достижения и издержки .....  | 48 |
| <i>Софьина Е. В., Журавлева А. А.</i> Региональное телевидение в социальных сетях: успешный опыт продвижения «ОТВ» (Челябинск) и «ОТВ» (Екатеринбург) ..... | 57 |

### ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

|   |    |
|---|----|
| <i>Абрамовских Т. А., Коптелов А. В., Ларюшкин С. А.</i> О некоторых подходах к проектированию образовательной среды в образовательной организации .....  | 67 |
| <i>Бобыкина И. А., Короткова В. С.</i> Геймификация как фактор повышения качества иноязычного образования в неязыковом вузе .....   | 76 |
| <i>Верещагина Т. А., Филиппов Д. Е., Вихорева О. А.</i> Корпоративная культура как условие эффективной организации профориентационных мероприятий в условиях пандемии на примере дня открытых дверей Южно-Уральского аграрного университета ..... | 85 |
| <i>Гришанина М. Ю.</i> Особенности преподавания медицинской психологии в высшей школе .....   | 90 |

---

|  |     |
|--|-----|
| <i>Иванова Л. В.</i> Жанры и форматы мультимедийной журналистики<br>как учебная дисциплина и методическая проблема ..... | 97  |
| <i>Месеняшина Л. А.</i> Отражение ценностной системы автора<br>в детском словесном творчестве .....                      | 105 |
| Информация для авторов.....  | 115 |

## ОТ РЕДАКЦИИ

Дорогие читатели и авторы журнала «Челябинский гуманитарий»!

Весной 2020 года бессменный главный редактор журнала Владимир Никифорович Белкин, обсуждая требования к журналам, выдвигаемые Высшей аттестационной комиссией, предложил поменять состав рубрик и посвятить журнал тем разделам знания, что в настоящее время особенно остро нуждаются в статусной поддержке: педагогике, филологии (особенно литературоведению), культурологии. Для ученых-гуманитариев Челябинской области необходимо издание, помогающее распространить идеи, возникающие в этих отраслях знания, среди специалистов, сделать достижения челябинской науки «зримыми», помочь молодым ученым проявить свои возможности на страницах такого журнала. Мнение Владимира Никифоровича о том, что «Челябинский гуманитарий», объединив эти направления знания, станет по-настоящему междисциплинарной площадкой, помогающей видеть перспективы и глубину каждого отдельного направления, их неожиданные грани, было воспринято как руководство к действию, тем более что в прошлые годы у редколлегии журнала был опыт работы по каждому из этих направлений. В. Н. Белкин также попросил сложить с него обязанности главного редактора, но пообещал всемерно способствовать развитию журнала в той части, что касается педагогики наставничества, а также заверил, что всегда открыт для любых идей, связанных с «Челябинским гуманитарием»: спорить, предлагать, делать. С ним редакция обсуждала состав нового редакционного совета, утверждала планы развития журнала, с его благословения приглашала специалистов рецензировать статьи, выступать авторами, вступать в обновленный редакционный совет. Номера журнала под патронажем этого нового редсовета вышли летом и осенью этого года. И для всего коллектива нашего издания огромной потерей стал уход из жизни Владимира Никифоровича Белкина. Он скончался на 89-м году жизни 22 октября 2020 года. Уроженец Челябинской области, почетный профессор Челябинского государственного университета, заслуженный деятель науки Российской Федерации, лауреат конкурсов «Лучшие экономисты РАН», Владимир Никифорович был челябинским гуманитарием в самом лучшем и главном смысле этого словосочетания – он всегда задавал самую высокую планку научных исследований, ориентировал начинающих специалистов постигать глубины науки, всей своей жизнью доказывая, что нет иерархии «столица – провинция» в науке, а есть только одна настоящая вертикаль – научный путь к истине.

Редакция журнала, объединяющая его новый редакционный совет и редколлегию, обращается к вам с сообщением о реструктуризации тематического состава нашего издания с 2020-го года: журнал выходит в рубриках «Педагогические науки», «Филологические науки», «Культурология»; согласно действующей номенклатуре научных специальностей в журнале представлены следующие области знания: 24.00.01 Теория и история культуры; 10.01.01 Русская литература; 10.01.08 Теория литературы. Текстология; 10.01.10 Журналистика; 13.00.01 Общая педагогика, история педагогики и образования.

Просим вас присылать ваши статьи по этим научным направлениям, рассчитываем на то, что журнал «Челябинский гуманитарий» будет достойно представлять как труды челябинских ученых, так и публиковать на своих страницах научные исследования авторов из самых разных частей нашей страны, а также и ученых из-за рубежа. Название журнала отражает его амбиции – включить научную мысль региона в мировое пространство научного знания, создать

условия для подлинной междисциплинарности и интернационального научного общения.

*От имени редакционного совета и редколлегии –  
главный редактор журнала «Челябинский гуманитарий»,  
член редколлегии журнала с 2007 года, доктор филологических наук,  
профессор Челябинского государственного университета  
М. В. Загидуллина*

## КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 1; 2

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10401

ОБ УТОПИЗМЕ ГИЙОМА ПОСТЕЛЯ  
В ЭПОХУ ПОИСКА НОВЫХ КУЛЬТУРНЫХ УНИВЕРСАЛИЙ*Л. Г. Александров**Челябинский государственный университет, Челябинск*

*Статья посвящена оригинальному и противоречивому французскому автору XVI века, чье наследие на долгое время «затерялось» в тени более выдающихся писателей и мыслителей. Эрудит и чернокнижник, полиглот и путешественник, педагог и утопист, гуманист и ясновидец – он представлялся современникам в самых разных своих качествах и имел большую популярность у образованной публики. Но католическая церковь наложила запрет на его сочинения и сделала все, чтобы его идеи были преданы забвению и пропали в анналах истории.*

**Ключевые слова:** Г. Постель, Реформация, лингвистика, философия, политика, религия, магия, мистика

Ровесник европейской Реформации, Гийом Постель жил в «смутную», переходную эпоху, когда старые представления о мире уже перестали удовлетворять общество, а новые культурные универсалии еще не вполне «созрели». Европа возлагала большие надежды на ренессансных гуманистов, больших эрудитов и знатоков человеческой природы. Но не всем им удавалось представить картину мироздания, в которую гармонично «вписался» бы человек со всеми его личными и социальными конфликтами.

Франция в XVI веке пережила несколько мощных всплесков социальной рефлексии на процессы духовного преобразования Европы. Она оставалась преимущественно католической страной, однако даже там обосновывались протестантские общины — особенно «магически» влиял на народное сознание авторитет Ж. Кальвина, на сторону которого переходила и определенная часть французского духовенства.

Уроженец Нормандии, Постель в восьмилетнем возрасте потерял во время эпидемии родителей и, стараясь самостоятельно заработать на хлеб, с 13 лет преподавал в начальной школе. Он рано прослыл чудесно одаренным юношей, самостоятельно изучив латынь, древнееврейский и древнегреческий языки. Накопив немного денег, он перебрался в Париж, где поступил в коллеж Сен-Барб.

Император Карл V, проводя анти-турецкую политику, инициировал военную кампанию в Тунисе, а король Франциск I с целью усиления своих позиций в Европе направил в Константинополь дипломатическую миссию для переговоров с турками. По высочайшему ходатайству посол Ж. Лафоре взял с собой в ответственный вояж Постеля как знатока восточных языков.

Более-менее достоверно известно, что во время миссии молодой полиглот совершил путешествие по Греции, Малой Азии и Сирии, став обладателем ценной коллекции древних манускриптов (которую позже, в годы нужды, ему пришлось продать), а также неплохо изучил арабский, новогреческий, армянский языки и один из славянских, возможно, староболгарский. Ходили слухи, что утопически настроенный дипломат несколько раз пытался обратить мусульман в христианство.

Стоит вспомнить, что в XVI веке тысячи европейцев добровольно эмигрировали во владения султана и переходили в ислам, убегая от национальных и религиозных

преследований в своих странах. Напротив, обращение в христианство было сравнительно редким и почти всегда неискренним явлением, даже среди военнопленных.

Франция не заключила открытого союза с Османской империей, но получила от нее ряд торгово-купеческих привилегий и выгод. По такому же пути пошли и Голландия, борющаяся за независимость от испанской короны, и свободная Венеция, вышедшая из католической анти-турецкой коалиции.

Вернувшись в Париж, Постель изложил впечатления от своего первого путешествия в трактате «О государстве турок», содержащем панегирик власти Сулеймана I. Сходные идеализированные описания устройства жизни в Османской империи можно найти в «Шести книгах о республике» Ж. Бодена или «Путешествии в Левант» Ф. Фран-Канайе, где, например, говорится, что султан «управляет народами, совсем различными по религии и нравам таким образом, что кажется, будто его империя является совершенно единоплеменной» [9. С. 76].

Будучи назначенным профессором кафедры математики и восточных языков в Коллеже Трех Языков, Постель в 1538 году публикует латинский трактат «Алфавит двенадцати языков» о происхождении еврейского народа и специфике его тайного учения. Рассуждения в нем идут в духе средневековой схоластики. Впрочем, и ренессансное свободомыслие обусловило любопытство ученых книжников по отношению к магическим искусствам, каждое из которых претендовало на знание универсальных законов природы.

Магией занимались многие «философы» по заказу высокопоставленных священнослужителей и светских правителей. С начала эпохи книгопечатания в библиотеках накопилось изрядное количество трактатов герметического, энигматического и каббалистического толка, чей магический и мистический фон выходил далеко за пределы христианского вероучения и склонял многих гуманистов к пантеистическому мирозерцанию.

Серьезно увлекались древнееврейским тайноведением на рубеже XV-XVI веков Дж. П. Мирандола, И. Рейхлин, И. Тритемий, Г. К. Агриппа. Считалось также, что искусство владения древними языками позволяет эффективно заниматься толкованиями, иносказаниями, криптографией и шифрованием, что было особенно важно в эпоху религиозных войн и преследований инквизиции [4. С. 128].

Ученые книжники не раз говорили о необходимости создания нового универсального языка, понятного всему человечеству, посредством которого стало бы возможным снять проклятие «вавилонского смешения». Очевидно, эту надежду разделял и Постель.

У. Эко считал Постеля одним из ведущих эрудитов-энциклопедистов своего времени [10. С. 82]. Но, видимо, дух авантюризма был не менее силен в мыслителе, чем тяга к знаниям. Европейские правители не раз предлагали ему выгодные должности, но через некоторое время после своей «турецкой миссии» Постель отказался от ученой карьеры и отправился странствовать по городам, являвшимся точками концентрации духовных движений.

В 1543 году он издал в Базеле свое важнейшее сочинение — латинский трактат «О вселенском согласии». В нем также говорится о необходимости поиска новых культурных универсалий, объединяющих человечество.

Идея единства более столетия тревожила христианский мир, начиная от Ферраро-Флорентийского собора, принявшего унию между западной и восточной церковью, до Тридентского собора, пытавшегося нивелировать последствия Реформации. Она проходила сквозной нитью через трактаты представителей когорты гуманистов - «Законы» Г. Плифона, «Град жизни» М. Пальмиери, «Христианский государь» Н. Макиавелли, «Жалоба мира» Эразма Роттердамского, «Диалог о ереси» Т. Мора, «Аугсбургское исповедание» Ф. Меланхтона, «Апология» Г. Витцеля, «Разговор семи мужей»



Ж. Бодена, «Консультации по религиозным противоречиям католиков и протестантов» Г. Кассандера и др.

Некоторые деятели культуры пытались добиться компромисса протестантов с католиками путем уступок последним в отрицании всех прежних ересей — манихейства, пелагианства, арианства. Но рационально мыслящие гуманисты искали более совершенные методы устранения религиозных разногласий. Например, П. Помпонацци и Ж. Боден, воспроизводя средневековую восточную ересь о трех «великих обманщиках» — Моисее, Христе и Магомете, — доказывают концепцию одной универсальной истины, но при этом не отрицают религию вообще, а призывают к выявлению ее «естественных» основ [6. С. 130].

Постель по-своему излагает теорию всемирной монархии, которую считает вполне осуществимой в обозримом будущем. Он мыслит глобально, хотя и не в русле уже нарождающегося в эпоху Великих географических открытий европоцентризма: для преодоления разобщенности между народами, человечеству необходимо, в первую очередь, повсеместно изучить древнееврейский праязык, на котором говорили Адам и Ева.

«Собирание народов» должен осуществить, по мнению Постеля, французский монарх, для чего философ использует лингвистическую аргументацию: *gallus* по-древнееврейски — «победивший воды», следовательно, именно галлы — истинные потомки ветхозаветного Ноя, спасшего человечество от Всемирного потопа [3].

Эта концепция отчасти показывает, насколько Постель утопичен и далек от реальной международной политики своего времени. Он также отклоняется и от античной утопии «золотого века», на которой в средневековье взращивалась теория последовательной смены четырех монархий, поддерживаемая, например, М. Лютером и Ф. Меланхтоном.

Примерно в это же время Ж. Боден, заложивший основы сравнительной географии и этнографии и модифицировавший теорию исторических циклов на основе халдейской мунданной астрологии, использовал идеи М. Фичино, Ж. Скалигера и Дж. Кардано о семи этапах «вечного обновления» мира для выработки своего «изыщного метода», в котором «путем обобщений и аналогий история смыкается с космографией» [1. С. 27].

В концепциях ренессансных мыслителей единый организм всемирной монархии развивается по законам универсального времени, важно лишь верно обозначить критерии определения истока того или иного народа (или государства), чтобы вычислить сроки его существования.

Идеалистически настроенному Постелю «чистая математика» не была близка. Он мечтал объединить весь мир под французской короной, при том что духовная власть должна была оставаться у римского папы, которого, тем не менее, предлагалось избирать на всеобщей и публичной светской ассамблее. Принцип единовластия распространяется им и на убежденность в том, что человечество случайным образом раздробилось на множество «национальностей» и рано или поздно все равно создаст общую религию.

Его необычный проект привлек внимание многих ученых и политиков, но Габсбургам, считавшим себя наследниками идеи Священной Римской империи, не пришлась по вкусу идея французской гегемонии в Европе.

Грандиозные утопии Постеля свидетельствовали о его нерушимой вере в силу человеческого разума и в чем-то были очень даже прозорливы — пройдет каких-то полтора века, и Париж станет публично заявлять о себе как о центре европоцентричного мира, а французский сменит латынь как язык международных дипломатических документов.

Оказываясь в разных городах Европы, Постель выполнял поручения правителей, касающиеся издания арабских и еврейских книг, выполняя функции переводчика, редактора и цензора. Ему принадлежит первый перевод на латинский язык Протоевангелия

Иакова, а также составление одной из самых ранних карт мира, на которую Постель поместил, согласно средневековым традициям, и Эдем, земной Рай.

В 1547 году Постель издал в Венеции кигу «Ключ к тайнам», в которой доказывал, что для постижения Бога необходимо руководствоваться «тщательнейшим рассмотрением» священных букв. В этот период он служил капелланом госпиталя святых Иоанна и Павла, и, по свидетельствам прихожан, проповедовал, что три религии - мусульманскую, иудейскую и христианскую - следует «сплавить» воедино [11. Р. 224].

В книге он, кроме прочего, заявлял, что волю Господа можно прочесть и по звездам, ибо его законы «записаны» на небосводе древнееврейскими буквами. Автор уверял, что и сам владеет искусством читать в узорах созвездий пророчества и разгадки тайн.

Книга имеет очень косвенную связь с астрономическими и космографическими трактатами, которые в исследуемый период были необходимы для проведения реформы календаря и неожиданно способствовали открытию гелиоцентрической системы мира. Для Постеля созерцание небес сродни особому эффекту от любого произведения искусства. Его в XVI веке можно было объяснить только использованием незримых магических сил природы, которое Дж. Фрэнгер [8] называл «законом симпатии», предполагая, что древние законодатели запрещали изображать подобия реальных предметов именно потому, что такие изображения были по сути магическими.

Средневековая каббалистика довела закон аналогии до абсолюта, предполагая, что симпатическая связь существует не только между явлениями, относящимися к разным «царствам природы», но и между знаковыми системами обозначений этих явлений в разных науках — математике, астрономии, минералогии, химии, биологии, антропологии.

В «итальянский период» своих странствий Постель стал исповедником ясновидящей матери Иоанны (Венецианской Девы), в которой, как и в Орлеанской Деве — Жанне д'Арк, - воплотилась «душа мира». После кончины Иоанны он уверовал, что претерпел духовное преображение, «трансмутацию», после которого он стал одновременно мужчиной и женщиной, и даже выразил готовность взойти на костер во имя этой идеи. Впоследствии по настоянию Екатерины Медичи он был принужден подписать отречение от этого убеждения.

Собственно, душа в ряде сочинений Постеля предстает разделенной на мужскую и женскую части (*animus* и *anima*), из которых первая находится в мозге, а вторая - в сердце. По его мнению, Христос спас только мужскую часть души - женская же до сих пор ждет своего искупления, которое может состояться лишь с помощью женщины [7].

Такая антропология характеризует его как мыслителя синкретического, близкого по духу к раннему гнозису, часто содержащему элементы мистических восточных доктрин о «переселении душ». Закономерно, что синкретическое мышление особенно активизируется в «переходные» эпохи, когда интеллектуалы находятся в поиске новых универсалий.

В Риме Постель ненадолго сблизился с И. Лойолой, идеями которого увлекся. Он был принят послушником в Общество Иисуса, но через год был выдворен из ордена иезуитов по мировоззренческим несоответствиям и некоторое время находился под следствием инквизиции.

Воспользовавшись беспорядками во время народных волнений, он бежал из тюрьмы и спустя некоторое время оказался в Париже, где обосновался на кафедре восточных языков в университете. Как лектор он имел такой успех, что аудитории часто не вмещали пришедших слушателей.

В 1552 году он перевел на латынь каббалистическую книгу «Сефер Йецира», что не приветствовалось адептами этого учения, а также опубликовал на французском языке свое последнее сочинение «Сокровище Вселенских Пророчеств», напоминающее по стилю трактаты И. Тритемия. В нем повествуется о семи верховных ангелах,

соотносящихся с планетами и символически накладывающихся на периоды христианской истории.

Смещенный с кафедры решением Генриха II, Постель вновь скитается по Европе, а вскоре получает известие о том, что его сочинения собираются занести в Индекс запрещенных книг.

Сама идея узаконивания статуса инакомыслящего, диссидента возникла на Тридентском соборе, участники которого отказывались вести переговоры с протестантами как с равной стороной: «ересь, мирящаяся с церковью, это ведь то же самое, что церковь, мирящаяся с ересью». Предлагаемая императором Карлом V «золотая середина» – *interreligio imperialis* – отвергалась как противоречащая «истинному» католицизму [5. С. 249]. Первыми в «черный список» инквизиции попытали еврейские книги, и те, что имеют хотя бы некоторое отношение к иудаизму, талмудизму и каббализму.

Полагают, что правление папы Павла IV «закрывало» эпоху Ренессанса, поскольку своей рьяной борьбой с науками и искусствами он отрицал сами принципы гуманизма.

Обвинив Постеля в ереси, святая инквизиция в 1555 году признала его безумцем с формулировкой «*non malus sed amens*» и подвергла тюремному заключению [2. С. 225]. Через несколько лет он был освобожден и вновь вернулся в Париж - там ему позволили удалиться от дел и поселиться в монастыре Сен-Мартен-де-Шан, где он и провел остаток своих дней. Исключив возможность публикаций сочинений ученого, аббат разрешил ему принимать друзей, учеников и вельможных покровителей.

Стиль сочинений Постеля соединяет в себе научные объяснения с мифопоэтическими и духовно-мистическими пассажами. Влияние его идей ощущается во французской герметической литературе эпохи Реформации - «Центуриях» М. Нострадамуса, «Гимнах» Г. Л. Бодри, «Трактате о шифрах» Б. Виженера, «Небесных знаках» Ж. Гаффареля и др. В начале XXI века к 500-летию со дня рождения мыслителя его основные сочинения были переведены на русский язык.

### Список литературы

1. Боден, Ж. Метод легкого познания истории / под ред. Н. И. Кольшкиной / Ж. Боден. – Москва: Наука, 2000. – 412 с. – Текст : непосредственный.
2. Григулевич, И. Р. Инквизиция / И. Р. Григулевич. – Москва: Политиздат, 1985. – 448 с. – Текст : непосредственный.
3. Зелигманн, К. История магии и оккультизма / пер. А. Блейз. / К. Зелигманн. – Текст : электронный – URL: [https://royallib.com/read/zeligmann\\_kurt/istoriya\\_magii\\_i\\_okkultizma.html#0](https://royallib.com/read/zeligmann_kurt/istoriya_magii_i_okkultizma.html#0) (дата обращения: 9.09.2020).
4. Леманн, А. Иллюстрированная история суеверий и волшебства от древности до наших дней / А. Леманн. – Киев: Украина, 1993. – 398 с. – Текст : непосредственный.
5. Лозинский, С. Г. История папства / С. Г. Лозинский. – Москва: Издательство политической литературы, 1986. – 382 с. – Текст : непосредственный.
6. Соколов, В. В. Европейская философия XV–XVII веков / В. В. Соколов. – Москва: Высшая школа, 1984. – 448 с. – Текст : непосредственный.
7. Ткаченко-Гильдебрандт, В. Жизнь и учение одного из архитекторов современного мира: предисловие к первому русскому изданию Г. Постеля / В. Ткаченко-Гильдебрандт. – Текст : электронный. – URL: <http://www.proza.ru/2009/02/28/814> (дата обращения: 9.09.2020).
8. Фрэнгер, Дж. Золотая ветвь. Исследование магии и религии / Дж. Фрэнгер ; пер. М. К. Рыклина. – Москва: Политиздат, 1980. – 528 с. – Текст : непосредственный.
9. Черняк, Е. Б. Вековые конфликты / Е. Б. Черняк. – Москва: Международные отношения, 1988. – 400 с. – Текст : непосредственный.

10. Эко, У. Поиски совершенного языка в европейской культуре / У. Эко ; пер. с итал. А. Миролобовой. – Санкт-Петербург: Alexandria, 2007. – 423 с. – Текст : непосредственный.
11. Secret, F. *Vie et caractère de Guillaume Postel* / F. Secret. – Milano, Paris: Archè, 1987. – 336 p. – Текст : непосредственный.

## ON THE UTOPIANISM OF GUILLAUME POSTEL IN THE ERA OF THE SEARCH FOR NEW CULTURAL UNIVERSALS

**L. G. Alexanderov**

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, leonalex42@mail.ru*

*The article is devoted to an original and controversial French author of the XVI century, whose legacy was “lost” for a long time in the shadow of more prominent writers and thinkers. Erudite and warlock, polyglot and traveler, teacher and utopian, humanist and clairvoyant – he was presented to his contemporaries in various qualities and was very popular with the educated public. But the Catholic Church banned his writings and made sure that his ideas were forgotten and lost in the annals of history.*

**Keywords:** G. Postel, reformation, linguistics, philosophy, politics, religion, magic, mysticism.

### References

1. Boden, Zh. (2000). *Metod legkogo poznaniya istorii / pod red. N. I. Kolyshkinoy* [Method of easy knowledge of history / ed. N. I. Kolyshkina]. Moscow: Nauka, 412 p. (in Russ.).
2. Grigulevich, I. R. (1985). *Inkvizitsiya* [Inquisition]. Moscow: Politizdat. 448 p. (in Russ.).
3. Zeligmann, K. *Istoriya magii i okkul'tizma* [History of magic and occultism], available at: [https://royallib.com/read/zeligmann\\_kurt/istoriya\\_magii\\_i\\_okkultizma.html#0](https://royallib.com/read/zeligmann_kurt/istoriya_magii_i_okkultizma.html#0) (accessed: 9.09.2020) (in Russ.).
4. Lemann, A. (1993). *Illyustrirovannaya istoriya sueveriy i volshebstva ot drevnosti do nashikh dney* [Illustrated history of superstition and magic from antiquity to the present day]. Kiev: Ukraina. 398 p. (in Russ.).
5. Lozinskiy, S. G. (1986). *Istoriya papstva* [History of the papacy]. Moscow: Izdatel'stvo politicheskoy literatury. 382 p. (in Russ.).
6. Sokolov, V. V. (1984). *Evropeyskaya filosofiya XV–XVII vekov* [European philosophy of the XV – XVII centuries]. Moscow: Vysshaya shkola. 448 p. (in Russ.).
7. Tkachenko-Gil'debrandt, V. (2009). *Zhizn' i uchenie odnogo iz arkhitektorov sovremennogo mira: predislovie k pervomu russkomu izdaniyu G. Postelya* [Life and teachings of one of the architects of the modern world: a preface to the first Russian edition of G. Postel], available at: <http://www.proza.ru/2009/02/28/814> (accessed: 9.09.2020) (in Russ.).
8. Frezer, Dzh. (1980). *Zolotaya vetv'. Issledovanie magii i religii* [Golden Branch. Study of magic and religion]. Moscow: Politizdat. 528 p. (in Russ.).
9. Chernyak, E. B. (1988). *Vekovye konflikty* [Century conflicts]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya. 400 p. (in Russ.).
10. Eko, U. (2007). *Poiski sovershennogo yazyka v evropeyskoy kul'ture* [Search for the perfect language in European culture]. Sankt-Peterburg: Alexandria. 423 p. (in Russ.).
11. Secret, F. (1987). *Vie et caractère de Guillaume Postel*. Milano, Paris: Archè. 336 p.

**Александров Леонид Геннадьевич**, кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет.  
leonalex42@mail.ru

УДК 930.85

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10402

**АНАЛИЗ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ ОБРАЗОВ ПРОШЛОГО:  
ОТ АРХАИКИ ДО РЕНЕССАНСА****М. Л. Шуб***Челябинский государственный институт культуры, Челябинск*

*Ключевые положения исследования осуществлены в рамках программы грантов Президента Российской Федерации для государственной поддержки ведущих молодых российских ученых – докторов наук (Конкурс МД-2020), проект «Культура памяти индустриальных городов российской провинции: мемориальные стратегии региональной идентичности»*

*В статье рассматриваются основные историко-культурные типы восприятия прошлого – образы минувшего, характерные для различных культур: первобытной («фантомное прошлое»), античной («фрактальное прошлое»), средневековой («полифоническое прошлое»), ренессансной («реинкарнированное прошлое»).*

*Под образом прошлого понимается совокупность конструируемых, исторически изменчивых, но локально устойчивых, социальных (коллективных) представлений о прошлом, которые, с одной стороны, отражают характерные и значимые для данной культуры установки (актуалистски-детерминированный характер), а с другой – оказывают значительное влияние на их формирование (актуалистски-детерминирующий характер). Ключевым отличием образа прошлого от исторических представлений о нем является его ценностная, субъективная, эмоционально-оценочная природа.*

*В целом роль анализ исторической динамики представлений о прошлом и выделение образов прошлого, соответствующих различным этапам историко-культурного процесса, позволяют более полное, глубоко и системно осмыслить его специфику, вскрыть природу.*

**Ключевые слова:** прошлое, образ прошлого, история культуры, культурно-историческая динамика.

***Методологические основания конструирования образа прошлого***

Каждая историко-культурная эпоха формирует собственную темпоральную картину мира, включающую в себя систему представлений о настоящем, будущем и прошлом. Такая картина мира, с одной стороны, создается под мощнейшим влиянием социокультурного контекста, а, с другой, безусловно, влияет на мировоззренческие, идеологические, ценностно-нормативные основания культуры. Представления о различных модусах времени не тождественны рациональному знанию о них, поскольку базируются не столько на логических, сколько на эмоционально-оценочных принципах, являя собой их образную, а не научную репрезентацию.

Под *образом прошлого* (именно его историко-культурной динамике посвящена данная статья) следует понимать совокупность конструируемых, исторически изменчивых, но локально устойчивых, социальных (коллективных) представлений о прошлом.

Воссоздание культурно-исторических типов образов прошлого связано с целым рядом методологических и процедурных «оговорок».

Во-первых, реконструкции подвергается, условно говоря, собирательный образ прошлого, составленный на основании изучения различных «темпоральных символических универсумов» [9. С. 229], источников представлений о прошлом:

обыденного знания, искусства, философии, знания о трансцендентной реальности (мифы, религия), идеологии (за пределами внимания останутся лишь естественные науки). Значимость и доминирование того или иного темпорального универсума продиктованы характером исторической эпохи, преобладающей мировоззренческой системой, степенью социальной и идеологической дифференциации и пр.

Как показывает опыт, чем выше последние, чем динамичнее культура, тем сложнее составить комплексное представление о восприятии прошлого (особенно это относится к современности) – слишком разнородными и неуловимыми они предстают.

Во-вторых, в эпицентр исследовательского внимания попадают представления именно о прошлом, а не специфика восприятия времени в целом (это значительно более масштабная проблема).

В-третьих, сама необходимость обращения к воссозданию историко-культурного образа прошлого продиктована практически полным отсутствием посвященных данной проблеме работ. Исключением можно назвать лишь монументальный труд И. М. Савельевой и А. В. Полетаева «Знание о прошлом: теория и история» [8], однако и он, на наш взгляд, не лишен недостатков (содержит спорные, а порой и противоречивые высказывания, недостаточно структурирован, избыточен излишними деталями и подробностями, затмевающими магистральную мысль). В других же работах либо рассматриваются вопросы более широкого порядка (восприятие времени в целом), из которых чрезвычайно трудно вычленивать специфику представлений о прошлом, либо осуществляется апелляция исключительно к проблемам формирования исторического сознания и исторического мышления, либо реконструируется образ прошлого в его конкретном историко-культурном измерении (например, только в эпоху римской Античности или только в эпоху итальянского Ренессанса).

В-четвертых, проводимый анализ ограничен границами Европы (за исключением эпохи архаики) в силу того, что Европа представляет собой относительное целостное социокультурное пространство (в отличие, скажем, от культуры Востока), в рамках которого возможно выделение относительно общих тенденций формирования образа прошлого, закономерностей его трансформаций, выявление механизмов преемственности в развитии его отдельных черт, эволюционных и новационных процессов.

### ***Историко-культурные типы образов прошлого: от архаики до Ренессанса***

#### **1. Архаичный образ прошлого: «Фантомное прошлое».**

Вопрос об истоках формирования темпоральных представлений является открытым. Часть исследователей считают их врожденными, некоторые склонны искать их в недрах первобытной культуры, некоторые – связывают их появление со временем зарождения государств. Градус дискуссионности в данном вопросе во многом продиктован различными подходами к истолкованию самого понятия темпоральности.

Нам представляется справедливой идея о том, что выработанные в эпоху первобытного общества представления о времени в целом и о прошлом в частности могут быть обозначены как «фантомные». «Фантомное прошлое» *существовало* в его архаическом, антиисторическом, циклически-обратимом, мифологизированном, архетипическом понимании и одновременно *не существовало* в его чисто научной трактовке. Фантомность в данном случае апеллирует к призрачности прошлого, к иллюзии присутствия того, чего нет на самом деле (можно в этой связи вспомнить чисто медицинский термин «фантомные боли»).

Такое прошлое, действительно, не отделялось от сиюминутной реальности, не хронометрировалось, не уходило безвозвратно вглубь веков, сосуществуя вместе с тем, что происходило в «настоящем» (статичном, лишенном временного измерения). Это было возможным благодаря тому, что прошлое бесконечно воскрешалось в актуальности,

возвращалось в ритуальной практике, в ситуациях «магической эманации», как их обозначил Ж. Ле Гофф [5. С. 27].

Таким образом, для архаичного образа прошлого были характерны следующие черты:

– фантомность (дихотомичность бытия и небытия прошлого: бытие осуществлялось в точках возвращения к истокам, к вечности, к архетипическому правремени, в стремлении к его обновлению; небытие – в сфере несформированности представлений о времени как структурированной и изменчивой длительности и о прошлом как последовательности необратимых событий);

– аксиологизация прошлого и дезаксиологизация настоящего;

– доминирование циклического варианта динамической модели времени, задаваемой природными циклами и визуализируемой в ритуалах «вечного возвращения»; зарождение латентных представлений о линейности времени (ритуалы обнуления времен, завершения прошлого);

– презентизм (соприсутствие прошлого как вечности в настоящем);

– пространственность (закрепление прошлого не на хронологической, а на пространственной оси координат в архаической модели мира).

2. Античный образ прошлого: «Фрактальное прошлое».

Античный образ прошлого во многом унаследовал его архаичные черты в силу сохранения мифологичности мышления. Однако в структуру античного образа прошлого впервые стали проникать новые элементы его рационального, исторического осмысления. Более того, в структуре темпоральных представлений и греков, и римлян старые (мифологические) и новые (протонаучные) черты устойчиво сосуществовали, взаимопроникали и взаимообуславливали друг друга. На этом основании представляется целесообразным объединить их в границах понятия «фрактальное прошлое».

В строгом смысле слова, фрактал – это множество, обладающее свойствами самоподобия, при котором целое имеет примерно ту же форму, что и одна из его частей. Фрактальность в контексте данной статьи понимается как репрезентация в античном образе прошлого взаимосвязанных и взаимообуславливающих источников представлений о прошлом – народно-мифологического и научно-интеллектуального, которые, отличаясь формально, содержательно во многом совпадали).

Помимо фрактальности античному образу прошлого также были свойственны:

– аксиологизация прошлого и дезаксиологизация настоящего;

– сосуществование циклической и линейной динамических моделей времени, сохранение идей «вечного возвращения» прошлого;

– синтез презентизма и «протоисторического сознания» (М. Барг), то есть зарождающихся представлений о дифференцированности, структурированности времени и автономном, специфичном статусе прошлого;

– пространственная организация прошлого.

Значимым отличием древнегреческого образа прошлого от древнеримского, пожалуй, является то, что в рамках первого преобладали черты раннемифологического атемпорального восприятия действительности, а для второго – ее историческое и зарождение новых, хотя все еще не исторических взглядов на него. По поводу темпоральных представлений древних греков И. Хасанов писал: «В дошедших до нас мифах, а также в таких ранних художественных произведениях, как гомеровские эпосы, мы имеем уже описание разворачивающихся во времени событий... Отличие этого “временного” мира гомеровских эпосов от раннемифологического безвременного, пожалуй, только в том, что гомеровский мир находится в своеобразном “временном пространстве”, в котором автор может совершенно произвольным образом выбирать свою позицию, с которой он обозревает и описывает этот мир, тогда как в раннемифологическом мире все, чт. е., было и будет, существует единомоментно и никак не упорядочено во времени,



поскольку еще не существует представления о линейно растянутом времени» [10, С. 44]. Древнегреческой культуре было присуще то, что М. Барг назвал «протоисторизмом» – зачаточной стадией осознания прошлого, при которой «на фоне вселенской драмы, в которую втянуты все обитатели Олимпа... пробивается мысль о специфике человеческого бытия» [1. С. 42].

В римском же образе прошлого «просвечивает» стремление к его объективному осмыслению, структурированию, освобождению от статичности и неподвижности, от диктата цикличности, от слепого поклонения опыту минувших поколений, от объяснения истории через активность богов и героев [4. С. 283–284].

3. Средневековый образ прошлого: «Полифоническое прошлое».

Описание образа прошлого в эпоху Средневековья представляется еще более сложной задачей, чем, скажем, в эпоху Античности, по нескольким причинам. Во-первых, в силу политической, экономической, социальной, духовной неоднородности средневекового общества. Безусловно, и греческое, и римское общество так же были дифференцированными, а их политическая история знала смены режимов. Однако в Средние века имело место значительное число кардинальных исторических «сдвигов» (образование варварских королевств, развитие городов, крестовые походы и др.), которые принципиальным образом изменяли картину мира средневекового человека.

Во-вторых, в эпоху Средневековья сложилось несколько альтернативных картин мира, соответствующих и сословной принадлежности человека, и, как следствие, уровню его образованности: скажем, в среде духовенства и аристократии господствовала христианская доктрина мироустройства, горожане и крестьяне разделяли народно-мифологический взгляд на него.

В-третьих, при воссоздании средневековой картины прошлого основными, доступными являются лишь письменные источники, которые фиксировали, главным образом, официальный взгляд на минувшее. Большинство же населения было безграмотным, ориентированным не на написанное, а на сказанное слово. Как точно подметил Ж. Ле Гофф: «Феодализм – это мир жестов, а не записанного слова» [5. С. 36].

Безусловно, воссоздание монолитной картины мира средневекового человека представляется весьма затруднительным, поскольку само понятие «средневековый человек» можно назвать абстракцией: «Выявляя общее в применявшихся в ту эпоху культурных категориях, приходится все время помнить: средневековое общество было обществом феодалов и крестьян, горожан и жителей деревни, образованных и неграмотных, клириков и мирян, ортодоксов и еретиков» [2. С. 24].

Учитывая все обозначенные обстоятельства, мы полагаем, что именно в силу того, что средневековые представления о прошлом не были монолитными и в социальном измерении (зависели от сословной принадлежности и «объекта историописания»), и в «историческом» (менялись со временем), их можно назвать *полифоническими*. Под полифоничностью в данном случае понимается наполненность средневекового образа прошлого различными, социально детерминированными, порой противоречивыми темпоральными «мелодиями», мировоззренческим «многоголосием», образующими тем не менее целостное символично-семантическое пространство. Следует назвать и иные характерные для средневековой темпоральной картины мира особенности:

- синкретизм ретроориентированности культуры (античная традиция сакрализации прошлого, усиленная представлением о прошлом как времени сотворения мира и рождения Христа) и ориентированности ее в будущее (Второе пришествие Спасителя);
- отсутствие интереса ко времени как четко определенной, структурированной длительности в народной средневековой культуре на фоне возрастающего интереса к проблеме определения структуры времени в христианской теологической мысли;

- сосуществование циклических, линейных и комбинированных концепций времени;
- презентизм, воплощенный в средневековом анахронизме (практика интерпретации прошлого в категориях современности);
- сосуществование сакрального (анонсированного церковью, основанного на библейском тексте, отрицавшего идею спонтанного развития, но признававшего идею развертывания изначального плана) и профанного (связанного с расположением на оси времени событий земной жизни, с родовой историей) образов прошлого.

#### 4. Ренессансный образ прошлого: «Реинкарнированное прошлое».

По мнению целого ряда исследователей, именно эпоха итальянского Возрождения положила начало формированию исторической картины мира и научного восприятия прошлого как темпоральной среды, принципиально отличной от настоящего, эпистемологически замкнутой, а потому доступной для рациональной рефлексии: «Гуманисты... подчеркивали историческую дистанцию между своим временем, с одной стороны, и античностью – с другой. От последней их отделял тысячелетний “темный век”. В итоге она оказывалась отошедшей безвозвратно в прошлое, замкнутой в себе и завершенной эпохой» [6. С. 189]. Таким образом, можно говорить о формировании исторического отношения к прошлому, обособлении прошлого от настоящего, понимании необратимости минувших событий, их дистанцированности от современности и в конечном итоге – о преодолении архаичного презентизма.

Значимой чертой ренессансного образа прошлого также было преодоление ретроориентированности культуры, формирование актуалистских настроений, понимание настоящего как главного модуса времени, как наступившего «золотого века», а прошлого – с одной стороны, как источника ценностей и норм, проверенных временем, с другой – как фундамента непревзойденного величия современности.

Прошлое, выступавшее источником великих пророчеств, обетов и откровений, представало лишь залогом величия настоящего, в котором эти пророчества сбывались, обеты исполнялись, а откровения находили свое воплощение. Многие итальянские гуманисты примеряли «на себя образ богоизбранного героя, в чьей судьбе исполняется обетование, данное многими веками ранее, или находит воплощение закон, которым движется ход истории» [3. С. 212].

Однако такое «свеженаучное восприятие прошлого» [1. С. 188], рожденное, прежде всего, в интеллектуальной среде итальянских гуманистов, сосуществовало со средневековой темпоральной картиной мира, господствовавшей в ремесленно-крестьянской социальной среде.

В целом же можно говорить о реинкарнированном образе прошлого, сложившемся в эпоху Возрождения. В данном случае реинкарнированность прошлого – это его повторное воплощение в ренессансном настоящем в новой «телесной оболочке» – модернизированной, актуализированной, приспособленной к современности). С одной стороны, прошлое воспринималось как «золотой век», как кладезь высших ценностей и образцом для подражания. С другой стороны, ренессансная культура существовала в извечном противостоянии с минувшим, в котором настоящее «оказывалось неизменным победителем, сокрушая прошлкоее же оружием и на его же территории» [5. С. 213]. Ю. И. Иванова назвала эту ситуацию «парадоксом подражания как способа обретения идентичности» [3. С. 214].

#### *Заключение*

Таким образом, каждой из рассмотренных историко-культурных эпох соответствовал собственный образ прошлого: архаической культуре – фантомный, античной – фрактальный, средневековой – полифоничный, ренессансной – реинкарнированный. Стоит отметить, что в строгом смысле слова образ прошлого сформировался только

в эпоху Древнего Рима, поскольку именно римляне предприняли первые попытки осмысления прошлого как феномена, дистанцированного от настоящего и обладающего специфическими по сравнению с ним чертами (в пространстве первобытной культуры прошлое имело статус вневременной вечности, а древнегреческая – осмысливала его в категориях пространственных, а не хронологических связей). Другими словами, только в древнеримской культуре начался процесс дифференциации времени и зарождения исторического мышления, получивший дальнейшее развитие в культуре европейского Средневековья и особенно в культуре итальянского Ренессанса.

### Список литературы

1. Барг, М. А. Эпохи и идеи: Становление историзма / М. А. Барг. – Москва: Мысль, 1987. – 350 с. – Текст : непосредственный.
2. Гуревич, А. Я. Категории Средневековой культуры / А. Я. Гуревич. – Москва: Искусство, 1984. – 350 с. – Текст : непосредственный.
3. Иванова, Ю. В. Сознание времени в гуманистической культуре Ренессанса: между авторитетом древности и суверенностью настоящего / Ю. В. Иванова. – Текст : непосредственный // Образы времени и исторические представления / Под ред. Л. П. Репиной. – Москва: Кругъ, 2010. – С. 203–225.
4. Кнабе, Г. С. Историческое время в Древнем Риме / Г. С. Кнабе. – Текст : непосредственный // Древний Рим – история и повседневность. – Москва: Прогресс, 1991. – С. 279–298.
5. Ле Гофф, Ж. История и память / Ж. Ле Гофф. – Москва: Российская политическая энциклопедия, 2013. – 303 с. – Текст : непосредственный.
6. Панофский, Э. Этюды по иконологии: Гуманистические темы в искусстве Возрождения / Э. Панофский. – Москва: Издательский Дом «Азбука-классика», 2009. – 432 с. – Текст : непосредственный.
7. Панофский, Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада. – Москва: Изд-во «Азбука-классика», 2006. – 544 с. – Текст : непосредственный.
8. Савельева, И. М. Знание о прошлом: теория и история / И. М. Савельева, А. В. Полетаев. – Москва: Наука, 2003. – 632 с. – Текст : непосредственный.
9. Савельева, И. М. Феномен прошлого / И. М. Савельева, А. В. Полетаев. – Москва: ГУВШЭ, 2005. – 476 с. – Текст : непосредственный.
10. Хасанов, И. А. Время: природа, равномерность, измерение / И. А. Хасанов. – Москва: Прогресс-традиция, 2001. – 143 с. – Текст : непосредственный.

### ANALYSIS OF THE CULTURAL AND HISTORICAL DYNAMICS OF THE IMAGES OF THE PAST: FROM ARCHAIC TO RENAISSANCE

**M. L. Shub**

*Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk, shubka\_83@mail.ru*

*The article examines the main historical and cultural types of perception of the past - images of the past, characteristic of various cultures: primitive (“phantom past”), ancient (“fractal past”), medieval (“polyphonic past”), Renaissance (“reincarnated past”) ...*

*The image of the past is understood as a set of constructed, historically changeable, but locally stable, social (collective) ideas about the past, which, on the one hand, reflect attitudes characteristic and significant for a given culture (actualist-deterministic character), and on the other hand, they have a significant impact on their formation (actualist-determining*

character). The key difference between the image of the past and historical ideas about it is its value, subjective, emotional and evaluative nature.

In general, the role of the analysis of the historical dynamics of ideas about the past and the identification of images of the past corresponding to different stages of the historical and cultural process, allow a more complete, deeply and systemically comprehend its specifics, reveal nature.

**Keywords:** past, image of the past, cultural history, cultural and historical dynamics.

### References

1. Barg, M. A. (1987). *Epochi i idei: Stanovlenie istorizma* [Epochs and Ideas: Formation of Historicism]. Moscow: Thought, 350 p. (in Russ).
2. Gurevich, A. YA. (1984). *Kategorii Srednevekovoj kul'tury* [Categories of Medieval Culture]. Moscow: Art, 350 p. (in Russ).
3. Ivanova, Yu. V. (2010). Soznanie vremeni v gumanisticheskoi kul'ture Renessansa: mezhdru avtoritetom drevnosti i suverennost'yu nastoyashchego [Consciousness of time in the humanistic culture of the Renaissance: between the authority of antiquity and the sovereignty of the present]. *Obrazy vremeni i istoricheskie predstavleniya* [Time images and historical representations]. Moscow: Krug, pp. 20–225 (in Russ).
4. Knabe, G. S. (1991). Istoricheskoe vremya v Drevnem Rime [Historical time in Ancient Rome]. *Drevniy Rim – istoriya i povsednevnost'* [Ancient Rome - history and everyday life]. Moscow: Progress, pp. 279–298 (in Russ).
5. Le Goff, Zh. (2013). *Istoriya i pamyat'* [History and memory]. Moscow: Ros. polit. Encikl., 303 p. (in Russ).
6. Panofskij, E. (2009). *Etyudy po ikonologii: Gumanisticheskie temy v iskusstve Vozrozhdeniya* [Etudes in Iconology: Humanistic Themes in the Art of the Renaissance]. Moscow: Publishing House "Azbuka-Klassika", 432 p. (in Russ).
7. Panofskij, E. (2006). *Renessans i «renessansy» v iskusstve Zapada* [Renaissance and "renaissances" in Western art]. Moscow: Publishing House "Azbuka-Klassika", 544 p. (in Russ).
8. Savel'eva, I. M. & Poletaev, A. V. (2003). *Znanie o proshlom: teoriya i istoriya* [Knowledge of the past: theory and history]. Moscow: Science, 632 p. (in Russ).
9. Savel'eva, I. M. & Poletaev, A. V. (2005). *Fenomen proshlogo* [Phenomenon of the past]. Moscow: GUVSHE, 476 p. (in Russ).
10. Hasanov, I. A. (2001). *Vremya: priroda, ravnomernost', izmerenie* [Time: nature, uniformity, measurement]. Moscow: Progress-tradition, 143 p. (in Russ).

**Шуб Мария Львовна**, доктор культурологии, доцент, заведующая кафедрой культурологии и социологии, Челябинский государственный институт культуры.  
shubka\_83@mail.ru

## ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 070:323.28

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10403

ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ ЭКСТРЕМИЗМА  
И ЕГО ПРОЯВЛЕНИЙ В СМИ**К. В. Дементьева***Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, Саранск*

*В статье рассматривается специфика освещения темы экстремизма в традиционных и новых медиа. Приводится классификация материалов об экстремизме, соответствующая его видам. Также сделан обзор ошибок журналистов при работе с данной темой, разобраны нарушения законодательства пользователями сети Интернет. Делается вывод о значимости проблемы, в связи с чем необходимо увеличивать пропаганду информационной грамотности среди разных аудиторий и отдельно – среди журналистов.*

**Ключевые слова:** медиа, экстремизм, журналист, общественное мнение, конфликт, Интернет.

В последнее время в связи с участвовавшими случаями террористических актов и проявлений экстремизма эти темы стали занимать значительное место в информационной повестке. Медиа самых разных уровней уделяют им пристальное внимание. СМИ, воспроизводя через свой контент те или иные события, формируют определенное общественное мнение, меняют восприятие аудитории к явлениям и процессам. Возможность медиа вызывать эмоции, влиять на подсознание лишь усиливает случаи их использования в целях распространения экстремистской информации.

Научные изыскания по этой теме часто проводятся в рамках юриспруденции и права [8; 16], политики [15], лингвистики [6] и др., есть и работы, которые затрагивают сферу медиа [3; 2].

В России основополагающим документом, регулирующим данную сферу, является Федеральный закон от 25 июля 2002 г. № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» (последние изменения от 31.07.2020 г.). Именно он определяет понятие экстремизма, а также его основные признаки.

СМИ могут как гармонизировать отношения в обществе, сглаживая конфликты и способствуя их мирному разрешению, так и провоцировать их, вызывать более острое течение.

А. В. Петров представляет классификацию экстремизма «по направленности – на экономический, политический, националистический, религиозный, молодежный, экологический, духовный и др.» [12. С. 162]. В соответствии с ней можно выделить и сгруппировать материалы в медиа, которые могут отрицательно повлиять на общественные настроения.

1. Националистические. В таких материалах, как правило, автор пытается привлечь внимание к тексту указывая национальность героя или героев, зачастую при этом такое указание не является значимым и используется лишь для повышения кликабейта: «В Новосибирске узбек, казах и татарин подрались, выясняя, кто из них еврей» («РЫБИНСКОнLine», 18.11.2020), «Бдительная пассажирка помогла полиции задержать еврея по дороге в Чебоксары» (Lenta.ru, 10.01.2016).

2. Религиозные. Необдуманная трактовка информации, желание сделать сенсацию, зачастую оборачивается возникновением межрелигиозной розни. Особенно много исследований об имидже ислама в средствах массовой информации – зачастую делается неоправданная привязка религии к теме терроризма, что создает в сознании аудитории ложные и опасные стереотипы. Распространилось данное явление после 11 сентября 2001 года, заговорили о таком феномене как исламофобия в СМИ, когда последние освещают мусульман в негативном свете, вызывая к ним предубеждение. В 2016 году В. Путин озвучил желание о том, чтобы «слова „ислам” и „терроризм” не употреблялись вместе» [14]. Однако конфликты, освещаемые в медиапространстве все же периодически вспыхивают [9].

Так, публикации карикатур журнала Charlie Hebdo на Пророка Мухаммеда вызвали справедливое возмущение аудитории, а также спровоцировали выход своеобразного ответа от чеченской газеты «Вести республики» в их Instagram-аккаунте и на сайте газеты (03.11.2020, «Вести республики»), где было обыграно тема использования слухов, исламофобия и тема сотрудничества медиа с террористической организацией.

3. Молодежные. Также широко освещается в СМИ тема молодежного экстремизма. Исследователи отмечают, что распространению идей экстремизма в молодежной среде способствуют «новейшие информационные и коммуникационные технологии, прежде всего, Интернет» [1. С. 56]. Для привлечения молодых людей и внушения им определенной идеологии используются различные методы, например, трудоустройство студентов с последующим долговременным общением, внедрением в сознание конкретных идей и мотивация на нужные организации поступки. Также происходит распространение информации через листовки, чаты, паблики и прочие каналы коммуникации.

Однако чаще всего в последние годы пресекается размещение в Интернете материалов экстремистского характера. Так, УФСБ России по Республике Мордовия пресечена противоправная деятельность радикально настроенного участника регионального фанатского движения, уроженца и жителя г.Саранска, 2000 г.р., причастного к размещению в сети Интернет материалов экстремистского характера, в т.ч. внесенных в соответствующий список Минюста России.

Проведенная экспертиза показала, что молодой человек выложил в своем аккаунте в социальной интернет-сети «ВКонтакте» аудиофайлы, содержащие высказывания, направленные на возбуждение ненависти к лицам неславянского происхождения, призывающие к совершению в отношении них противоправных действий. Было возбуждено уголовное дело по ч. 1 ст. 282 УК России, а по его итогам вынесен обвинительный приговор и наказание в виде обязательных работ на срок 180 часов.

Данный случай был освещен журналистами как региональных (В Саранске 19-летний юноша ответит за экстремизм в сети, «Известия Мордовии», 18.11.2018), так и федеральных СМИ (19-летний житель Саранска предстанет перед судом за экстремизм в сети, RuNews24.ru, 08.11.2018). Однако в данном случае материалы не содержат никакой лишней информации, лишь информируя о возникшей ситуации и проведенном по ее итогам разбирательстве.

Зачастую информирование аудитории о случаях экстремизма носят чрезмерный характер – журналисты «смакуют» подробности произошедшего, которые могут вызывать ощущение страха и волнение аудитории. Встречается также публикация непроверенной информации, необдуманная подача, которая может вызвать агрессию в обществе к определенным этническим или конфессиональным группам.

Особенно опасно одобрение и сочувствие журналистов к представителям экстремистских или террористических организаций, попытка выявить их мотивы, «очеловечить» жестокие поступки против невинных людей. Ввиду обширного и вредного влияния, которое могут оказать такие медиатексты, это может трактоваться

как «публичное оправдание терроризма», при этом наказывается как СМИ, так и журналист.

Невольными пособниками журналисты становятся, когда транслируют через средства массовой информации или свои персональные блоги символы и визуальные изображения, отнесенные к разряду экстремистских, националистических, фашистских и т. д. Чаще всего именно неосведомленность становится причиной подобных проступков.

Еще одно распространенное нарушение работников медиа – распространение информации об экстремистских и террористических организациях без пометки «организация, признанная запрещенной в России». И хоть это требование только для СМИ, но российские издательства уже начали ставить в книгах упоминания запрещенных в России организаций [4].

Журналисты также становятся участниками дел об экстремизме. Так, архангельского журналиста оштрафовали за цитату в материале поста, унижающего мусульман («В Архангельске журналиста Вареника оштрафовали за материал о местном жителе, обвиненном в экстремизме», «Новая газета», 11.03.2020), хотя сам он утверждал, что автором записи не являлся.

Кроме журналистов в эпоху социальных сетей на первый план «выступает фигура коммуниканта, а площадкой позиционирования информационного продукта все больше становятся социальные сети» [5. С. 204]. Не всегда это можно оценивать положительно. «Блогер разместила у себя на странице в соцсети военный снимок, который подписала: „Так выглядел мой дом во время войны”. И все бы ничего, но на фотографии также присутствовала нацистская символика, и девушке пришлось отвечать за „необдуманную иллюстрацию”» [11].

В 2020 году в 1,5 раза увеличилось количество преступлений террористического характера, совершенных с использованием Интернета. Отмечается также, что «после пандемии ожидается всплеск экстремистских проявлений» [7]. Контент для пропаганды используется все более яркий и простой для восприятия – реклама, мультфильмы и музыкальные клипы. То есть налицо расчет на аудиторию разных возрастов (не только взрослых), а также на массового потребителя информации, неразборчивого в контенте.

Пристальное внимание сейчас и к мессенджерам, где зачастую происходит рассылка фейковых сообщений, провокаций [13. С. 55]. Эксперты объясняют это общим снижением уровня доверия общества к властным институтам, и возрастание на фоне этого доверия к «слабым связям», из-за чего «в стране с нестабильной политической и экономической системой слухи, приходящие по WhatsApp, становятся очень могущественными» [там же].

Проблема становится настолько значимой, что увеличивается и пропаганда информационной грамотности среди разных аудиторий – школьников, студентов, представителей общественных организаций и отдельно – среди журналистов. Так, в 2018 году в рамках проекта Альянса независимых региональных издателей был проведен вебинар для журналистов об антиэкстремистском законодательстве и правоприменении [10].

Таким образом, нарастание значимости информации в обществе, а также возможность выражать массово свое мнение большому числу людей вызывает новые проблемы, журналистам же важно не только самим знать и соблюдать законы, но и рассказывать о них своей аудитории.

### Список литературы

1. Белокобыльский, М. Е. Молодежный экстремизм в России: особенности его проявления / М. Е. Белокобыльский, О. И. Белокобыльская. – Текст : непосредственный // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2015. – № 3. – С. 54–59.
2. Бурова, Ю. В. Оправдание терроризма и экстремизма через СМИ как угроза информационной безопасности в современной России / Ю. В. Бурова, И. В. Брежнев. – Текст : непосредственный // Национальная безопасность и стратегическое планирование. – 2015. – № 1 (9). – С. 81–85.
3. Выговская, Д. Г. СМИ: в фокусе внимания экстремизм или толерантность? / Д. Г. Выговская. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – С. 119–122.
4. Голубев, И. Издательства начали добавлять в книги пометки к упоминаниям запрещенных в России организаций / И. Голубев. – Текст : электронный // Афиша Daily. 14.01.2019. URL: <https://daily.afisha.ru/news/23224-izdatelstva-nachali-dobavlyat-pometki-o-zapreshchennyh-v-rossii-organizaciyah/>.
5. Дементьева, К. В. Медиакоммуникации региона в условиях глобализации и глокализации информационного пространства (на примере СМИ Республики Мордовия) / К. В. Дементьева. – Текст : непосредственный // Научный диалог. – 2020. – № 8. – С. 200–214.
6. Демидов, О. В. Противодействие экстремизму в публичных текстах: опыт лингвистических судебных экспертиз / О. В. Демидов. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – С. 179–184.
7. Егоров, И. Опасные клики / И. Егоров. – Текст : электронный // Российская газета. – 20.10.2020. – URL: <https://rg.ru/2020/10/20/v-sovbeze-rf-prognoziruut-sereznuuu-aktivizaciiu-terroristov.html>.
8. Забиров, Р. В. Феноменологический анализ понятий «экстремизм», «молодежный экстремизм», «профилактика молодежного экстремизма» / Р. В. Забиров, О. В. Иванчук. – Текст : непосредственный // Вестник современных исследований. – 2019. – № 3.6 (30). – С. 66–70.
9. Изуверство за веру. – Текст : электронный // Новая газета. – 02.11.2020. – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/10/31/87791-izuverstvo-za-veru>.
10. Кравченко, М. «Что можно – то можно, а больше нельзя»: что нужно знать журналисту о противодействии экстремизму / М. Кравченко. – Текст : электронный // Сова. – 24.08.2018. – URL: <https://www.sova-center.ru/misuse/publications/2018/08/d39895/>.
11. Мания, Ф. Свастика и экстремистское видео. Что не стоит публиковать в соцсетях / Ф. Мания. – Текст : электронный // Аргументы и факты. – 12.02.2019. – URL: [https://chr.aif.ru/society/svastika\\_i\\_ekstremistskoe\\_video\\_ekspert\\_o\\_zapreshchennom\\_kontente](https://chr.aif.ru/society/svastika_i_ekstremistskoe_video_ekspert_o_zapreshchennom_kontente).
12. Петров, А. В. Экстремизм: понятие и виды в современной России / А. В. Петров. – Текст : непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 4. – С. 160–164.
13. Половинко, В. Провокаторы в WhatsApp / В. Половинко. – Текст : электронный // Новая газета. – 12.02.2020. – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/02/11/83870-prevyshenie-skorosti-sluha>.
14. Путин: я предпочел бы, чтобы слова «ислам» и «терроризм» не употреблялись вместе. – Текст : электронный // Знак. – 23.12.2016. – URL: [https://www.znak.com/2016-12-23/putin\\_ya\\_predpochel\\_by\\_ chtoby\\_slova\\_islam\\_i\\_terrorizm\\_ne\\_upotrebyalis\\_vmeste](https://www.znak.com/2016-12-23/putin_ya_predpochel_by_ chtoby_slova_islam_i_terrorizm_ne_upotrebyalis_vmeste).



15. Семкина Е. Н., Чагилов В. Л. Трансформации политического экстремизма в условиях глобализации: транснациональный экстремизм как инструмент в глобальной политике / Е. Н. Семкина, В. Л. Чагилов. – Текст : непосредственный // Современная наука и инновации. – 2017. – № 2 (18). – С. 316–320.

16. Скориков Д. Г. Уголовно-правовая характеристика экстремизма / Д. Г. Скориков. – Текст : непосредственный // Современные проблемы права: сборник научных трудов / отв. ред. П. В. Анисимов. – Волгоград, 2009. – С. 160–166.

## FEATURES OF COVERING THE TOPIC OF EXTREMISM AND ITS MANIFESTATIONS IN THE MEDIA

*K. V. Dementieva*

*Mordovia State University named after N. P. Ogarev, Saransk, dementievakv@gmail.com*

*The article deals with the specifics of coverage of the topic of extremism in traditional and new media. A classification of materials about extremism is given, corresponding to its types: nationalistic, religious, youth. It also provides an overview of the mistakes of journalists when working with this topic, such as excessive information, journalists' sympathy for representatives of extremist organizations, broadcasting their symbols, and the absence of the mark "an organization recognized as banned in Russia". Journalists can also be held liable for violations of the law, for example, for quoting prohibited texts. The violations of the law by Internet users - in social networks and instant messengers, for example, mass mailing of fake messages - have been analyzed. The conclusion is made about the importance of the problem, in connection with which it is necessary to increase the propaganda of information literacy among different audiences and separately among journalists.*

**Keywords:** media, extremism, journalist, public opinion, conflict, Internet.

### References

1. Belokobyl'skij, M. E. & Belokobyl'skaya, O. I. (2015) Molodezhnyj ekstremizm v Rossii: osobennosti ego proyavleniya [Youth extremism in Russia: features of its manifestation]. *Vestnik Kazanskogo yuridicheskogo instituta MVD Rossii* [Bulletin of the Kazan Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia], no. 3, pp. 54–59. (In Russ.).
2. Burova, YU. V. & Brezhnev, I. V. (2015) Opravdanie terrorizma i ekstremizma cherez SMI kak ugroza informacionnoj bezopasnosti v sovremennoj Rossii [Justification of terrorism and extremism through the media as a threat to information security in modern Russia]. *Nacional'naya bezopasnost' i strategicheskoe planirovanie* [National Security and Strategic Planning], no. 1 (9), pp. 81–85. (In Russ.).
3. Vygovskaya, D. G. (2013) SMI: v fokuse vnimaniya ekstremizm ili tolerantnost'? [Mass media: in the focus of attention extremism or tolerance?]. *Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], no. 21 (312), pp. 119–122. (In Russ.).
4. Golubev, I. (2019) Izdatel'stva nachali dobavlyat' v knigi pometki k upominaniyam zapreshchennyh v Rossii organizacij [Publishing houses began to add notes to the references to the organizations banned in Russia]. *Afisha Daily*. 14.01.2019, available at: <https://daily.afisha.ru/news/23224-izdatelstva-nachali-dobavlyat-pometki-o-zapreshchennyh-v-rossii-organizacijah/> accessed 20.11.2020. (In Russ.).

5. Dement'eva, K. V. (2020) Mediakommunikacii regiona v usloviyah globalizacii i glocalizacii informacionnogo prostranstva (na primere SMI Respubliki Mordoviya) [Media communications of the region in the context of globalization and glocalization of the information space (by the example of the mass media of the Republic of Mordovia)]. *Nauchnyj dialog* [Scientific dialogue], no. 8, pp. 200–214. (In Russ.).
6. Demidov, O. V. (2013) Protivodejstvie ekstremizmu v publicnyh tekstah: opyt lingvisticheskikh sudebnyh ekspertiz [Counteraction to extremism in public texts: the experience of linguistic forensic examinations]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], no. 21 (312), pp. 179–184. (In Russ.).
7. Egorov, I. (2020) Opasnye kliki [Dangerous clicks]. *Rossijskaya gazeta* [Russian newspaper]. 20.10.2020, available at: <https://rg.ru/2020/10/20/v-sovbeze-rf-prognoziruiut-sereznuu-aktivizaciiu-terroristov.html>, accessed 20.11.2020. (In Russ.).
8. Zabirov, R. V., Ivanchuk O. V. (2019) Fenomenologicheskij analiz ponyatij «ekstremizm», «molodezhnyj ekstremizm», «profilaktika molodezhnogo ekstremizma» [Phenomenological analysis of the concepts of “extremism”, “youth extremism”, “prevention of youth extremism”]. *Vestnik sovremennyh issledovanij* [Bulletin of modern research], no. 36 (30), pp. 66–70. (In Russ.).
9. (2020) Izuverstvo za veru [Fanaticism for Faith]. *Novaya gazeta* [Novaya Gazeta]. 02.11.2020, available at: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/10/31/87791-izuverstvo-za-veru> accessed 20.11.2020. (In Russ.).
10. Kravchenko, M. (2018) «CHto možno – to možno, a bol'she nel'zya»: chto nuzhno znat' zhurnalistu o protivodejstvii ekstremizmu [“What is possible is possible, but more is not possible”: what a journalist needs to know about countering extremism]. *Sova* [SOVA], 24.08.2018, available at: <https://www.sova-center.ru/misuse/publications/2018/08/d39895/> accessed 20.11.2020. (In Russ.).
11. Maniya, F. (2019) Svastika i ekstremistskoe video. CHto ne stoit publikovat' v socsetyah [Swastika and extremist video. What should not be published on social networks]. *Argumenty i fakty* [Arguments and Facts], 12.02.2019, available at: [https://chr.aif.ru/society/svastika\\_i\\_ekstremistskoe\\_video\\_ekspert\\_o\\_zapreshchennom\\_kontente](https://chr.aif.ru/society/svastika_i_ekstremistskoe_video_ekspert_o_zapreshchennom_kontente) accessed 20.11.2020. (In Russ.).
12. Petrov, A. V. (2015) Ekstremizm: ponyatie i vidy v sovremennoj Rossii [Extremism: concept and types in modern Russia]. *Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i obshchestvennyye nauki* [Humanities, socio-economic and social sciences], no. 4, pp. 160–164. (In Russ.).
13. Polovinko, V. (2020) Provokatory v WhatsApp [Provocateurs in WhatsApp]. *Novaya gazeta* [Novaya Gazeta], 12.02.2020, available at: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/02/11/83870-prevyshenie-skorosti-sluha> accessed 20.11.2020. (In Russ.).
14. (2016) Putin: ya predpochel by, chtoby slova «islam» i «terrorizm» ne upotreblyalis' vmeste [Putin: I would prefer that the words “Islam” and “terrorism” are not used together]. *Znak* [Znak], 23.12.2016, available at: [https://www.znak.com/2016-12-23/putin\\_ya\\_predpochel\\_by\\_chtoby\\_slova\\_islam\\_i\\_terrorizm\\_ne\\_upotreblyalis\\_vmeste](https://www.znak.com/2016-12-23/putin_ya_predpochel_by_chtoby_slova_islam_i_terrorizm_ne_upotreblyalis_vmeste) accessed 20.11.2020. (In Russ.).
15. Semkina, E. N. & CHagilov, V. L. (2017) Transformacii politicheskogo ekstremizma v usloviyah globalizacii: transnacional'nyj ekstremizm kak instrument v global'noj politike [Transformation of political extremism in the context of globalization: transnational extremism as a tool in global politics]. *Sovremennaya nauka i innovacii* [Modern Science and Innovations], no. 2 (18), pp. 316–320. (In Russ.).
16. Skorikov, D. G. (2009) Ugolovno-pravovaya harakteristika ekstremizma [Criminal and legal characteristics of extremism]. *Sovremennye problemy prava* [Modern problems of law. collection of scientific papers], Volgograd, pp. 160–166. (In Russ.).

---

**Дементьева Ксения Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва.  
dementievakv@gmail.com

УДК 070

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10404

**ИММЕРСИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА СКВОЗЬ ПРИЗМУ РЕМЕДИАЦИИ****М. В. Загидуллина***Челябинский государственный университет, Челябинск**Исследование выполнено за счет гранта РФФ, проект № 18-18-00007*

*Поводом к настоящей статье стала дискуссия, развернувшаяся на 59-х Петербургских чтениях, связанная с иммерсивной журналистикой. Продолжая обсуждение вопросов технического «переоснащения» производства новостного и – шире – журналистского контента, автор предлагает оценить новые методы с позиций теории медиума, обращая внимание на само средство сообщения как носитель самостоятельного смысла. Институциональное значение журналистской профессии и деятельности в области иммерсивных проектов осложняется в связи с размыванием границ между «погружением как развлечением» и эмоциональным вовлечением пользователя в переживание сообщения.*

**Ключевые слова:** иммерсивная журналистика, AR-технологии, VR-технологии, высокотехнологичные проекты, теория медиума, ремедиация, чтение, журналистские жанры, медиаэстетика, иммедиаальность, гипермедиаальность.

Иммерсивная журналистика рассматривается во всем мире с растущим интересом – как со стороны практиков, ищущих новые повороты и решения в борьбе за внимание пользователей, так и в среде исследователей, внимательно наблюдающих за эмерджентными формами журнализма. В настоящей статье мы не ставим своей целью дать обзор литературы по теме, кратко можно сказать, что почти в каждой статье по иммерсивной журналистике прослеживается история и этого феномена, и его изучения, начиная с трудов Нонны де ла Пенья [6]; российская история изучения иммерсивной журналистики идет практически вровень с англоязычным полем, однако отстает несколько от испаноязычного, где иммерсивной журналистике посвящается множество трудов и исследовательских проектов (см. обзоры: [2], [8], [9]). Однако особый интерес приобретает не только практико-ориентированная сторона (что именно добавляет журналистским проектам переход к технологиям дополненной и виртуальной реальности, на котором во многом и основана идея иммерсивной журналистики), но фундаментальные вопросы ценностного наполнения таких форм [1].

Для того, чтобы понять, как «устроена» иммерсивная журналистика, можно посмотреть проекты РИА-новости (в том числе специальную платформу РИА. Lab, <https://ria.ru/20200519/1551445551.html>). Кажется достаточно убедительной позиция специалистов, работающих в этой области: не искать, чем бы развлечь публику, но «попасть» новыми проектами в набирающие обороты популярные формы информационного потребления. Однако и в этом моменте можно наблюдать некоторую сдержанность: если в 2019 году Наталья Лосева (руководитель иммерсивных проектов РИА) говорила довольно воодушевленно о новых поколениях, которые вот-вот составят костяк аудитории и для кого очки виртуальной реальности будут нормой, то всего через год, осенью 2020 года, она ставила вопросы о том, что мешает развитию этой новой отрасли (см. <https://ria.ru/20191004/1559450839.html>). Очевидно, что новые технологии, сопряженные с дополнительным оборудованием, встречают некоторую «платформенную» задержку.

Но, скорее всего, начинают работать и внутренние «тормозящие» механизмы, требующие определенного осмысления.

Возможно, иммерсивная журналистика, предлагающая визуализированные и приближенные к имитации реального действия инсталляции событий, оказывается перед лицом «пользовательского сопротивления», причины которому можно поискать не только в отставании самих технологий от потребностей (то есть высокой цены, например, а также требования специальных условий, где, например, человек в шлеме может чувствовать себя элементарно безопасно; все это редуцировано в использовании, например, приложений, дающих возможность «погружаться» в проекты), но и в сути функций журналистики, а также и в когнитивных особенностях погружения как приема смыслообразования.

Прежде всего, обращаясь к известной книге Болтера и Грузина о ремедиации [4], можно сказать, что само стремление погрузить пользователя в событие четко отвечает задачам, которые Деррида, на которого ссылаются авторы [7], приписывал мимесису вообще: всякая ремедиация (то есть перевод с языка одного медиа на язык другого, переход от «старых» медиа к «новым») стремится к мимесису, который не есть «сходство» с каким-то объектом, а есть именно производство в воспринимающем сознании чувства *узнавания этого сходства*. Мимесис в искусстве направлен не на погружение в какую-либо среду, а на создание условий для восхищения: то, что создано было «нерукотворно» (например, самой природой), может быть *ремедиировано* так, что невозможно уловить разницу. В определенном смысле, воспроизводится сюжет сказки Андерсена «Свинопас», где принцесса искала в подаренных ей вещах *искусственность и искусность*, презируя «настоящее» (соловья и розу). Однако параллель эта весьма условна: Болтер и Грузин подчеркивают, что сутью работы медиа являются два противоположных, но логически дополняющих друг друга действия: растворения самого медиа в производимом эффекте (*immediacy*, непосредственность в прямом смысле слова – исчезновение *средства сообщения*), с одной стороны, и перенасыщенности медийностью (*hypermediacy*), очевидностью той самой искусственности и одновременно искусности – с другой.

Не сами гроздья винограда, написанные на полотне так, что «птицы слетались клевать ягоды» (как в легенде об Апеллесе), восхищают зрителя, но сам факт, что их можно было «так нарисовать». Гипермедиальность – использование множества оттенков красок, искусность их смешивания, накладывания на холст так, чтобы эффект реальности не разрушался толщиной мазка, – соединяется здесь с эффектом иммедиальности, отсутствия медиа (то есть «настоящности» изображенного). И именно открытие гипермедиальности «поверх» иммедиальности (обнаружение, что иммедиальность – это иллюзия, а гипермедиальность – реальность) и создает радость и восхищение в восприятии объекта. Понятно, что мимесис как система связи двух субъектов (творца произведения искусства и его созерцателя) не имеет ничего общего с погружением, требующим совершенно другой работы (в первую очередь, «отключения» чувства миметичности, то есть осознания гипермедиальности, в пользу иммедиальности, которая стремится воссоздать объект «как реальный»). «Союз» гипермедиальности (все большей изошренности медиума, его сложности) и иммедиальности (эффекта реальности, создаваемого с помощью сложного медиума) и есть суть медиаэстетического эффекта (воздействия самого медиума на воспринимающее сознание, доставка эффекта с помощью технического устройства, воспринимаемого как часть реальности наравне с тем сообщением, что этот медиум стремится донести).

Исследуя корни иммерсивной журналистики как «погружения», можно отметить, что исторически журналистика складывалась в условиях развития словесности, которая восполняла дефицит визуального (изобразительного). Гравюры, картины не могли «работать» в условиях скорости подготовки к печати периодики, они технически не

отвечали такой потребности. Между тем задача погрузить читателя в переживание описываемых событий встала перед журналистикой практически с самых истоков ее развития (когда из «служебных» форм она переросла в форму «зеркала эпохи», что означало отнюдь не простое отражение, но *концептирование* повседневности, схватывание сущностного в бесконечном потоке дней, его фиксирование в ярких и запоминающихся формах). Искусство словесной образности, развитое в рамках художественной литературы, оказалось полностью востребованным: погружение в событие строилось за счет погружения в историю.

И вот здесь стоит заметить, что погружение в мир, описанный словами, когнитивно отлично от погружения в мир, воссозданный изобразительными средствами (см. подробнее о «медиаосознании»: [10]). Текст разворачивает пространство постепенно, ведя читателя не столько вперед, сколько именно в глубь повествования, превращая его во «внутреннего зрителя» происходящего. Известно, что очень часто читатели, на которых произвело впечатление какое-то произведение литературы, недовольны его экранизацией, поскольку они «не так себе все представляли». За словами «не так себе представлять» стоит важнейший механизм читательской рецепции: *видеть* события, о которых рассказывается «черным по белому», буквами на листе бумаги. Воображение читателя, работающее как генератор «фильма по тексту», оказывается настолько значимой частью всего феномена чтения (взятого как историческое явление), что появление огромных по своему объему романов, требующих многодневного чтения, рассчитанных на такие практики, как «биндж-чтение» (чтение часами – потому что «невозможно оторваться от книжки»), а также всевозможные примеры абсолютного погружения в чтение, заслоняющего собой все другие сферы жизни (см. о читательских практиках в их историческом развитии: [3]) становятся ярким подтверждением работы текстового медиума как средства погружения в вымышленный мир. Неудивительно, что журналистика использует похожие средства; однако очевидно также, что сам *формат* прессы не выдерживает такой нагрузки: газетный очерк, каким бы огромным он ни был, не может сравниться с романским повествованием и приемами погружения в *длинную, как жизнь*, историю персонажей.

И тем не менее именно вначале репортаж, а затем и очерк и становятся теми жанрами, что рассчитаны на погружение читателя в описываемый мир: читателю предстоит узнать о герое, представить его себе, пройти с ним длинный путь, либо разделить с автором репортажа встречу с событием. Эти жанры, где «погружающие» технологии зависели именно от литературного мастерства журналистов, позволяют рассматривать иммерсивность журналистики как издавна присущее ей свойство. Вовлечь и мобилизовать – вот что было ее главным лозунгом, и иммерсия здесь была обязательна, причем надо было добиваться такого эффекта в условиях краткости (а значит, за счет интенсификации других приемов).

Появление фотографии, упрощение ее производства, мобильность этой технологии привели к широчайшему внедрению фотоискусства в журналистскую профессию. Известно множество работ по рассмотрению «союза» фотографии и текста в журналистских жанрах и форматах, однако важнее отметить когнитивный конфликт, который этот союз предопределяет. Если текст «включает» в читателе зрителя, то изображение в зрителе включает читателя (оно трансформируется в определенные смыслы, оформляемые как часть *понимания* сообщения). С этим утверждением, конечно, можно и поспорить: понимание не обязательно проецируется в форму «текста», пусть на уровне внутреннего высказывания. Однако нет сомнений, что чтение текста и рассматривание изображения разделены, а не слиты. Читателю надо прервать чтение и рассмотреть изображение (так же, как при чтении книги собственно чтение прерывается там, где читатель начинает рассматривать иллюстрацию). Симультанное чтение и рассматривание невозможны, однако они могут быть организованы именно как почти неразличимо параллельный

процесс в случае погружения в специальные форматы (к таковым относятся фоторепортажи, например, но среди других печатных практик – комиксы, организующие совершенно особое пространство изображения и текста, созданного в большей мере для рассматривания и являющегося нередко частью изображения, образующей сам формат комикса, см. [5]).

Но когда журналистика переходит к видеоформату, письменное слово сменяется устным, а погружение зрителя в переживание движущегося изображения становится основной формой, конкурирующей за зрителя с художественными формами (кинофильмами, а позднее и сериалами). И вновь можно наблюдать, что погружению здесь мешает как краткость, так и «шаблонность» журналистских телеформатов. Впрочем, появляются видеопроекты, прямо рассчитанные на погружение, – например, в эпоху «недалекого прошлого» в «Намедни» Леонида Парфенова. Используя самые разные приемы, автор стремится представить один год жизни страны не как калейдоскоп событий, но как связное повествование о времени и людях, объединенных не столько календарем, сколько сквозными идеями (или тоской по таким идеям). Ощущение «нерва» такого видеоповествования и создает эффект погружения (или «присутствия»).

В чем же новизна и специфика иммерсивной журналистики, рассчитанной на то, что пользователь сможет ощутить себя непосредственным участником описываемых событий? Технологии VR и AR не могут рассматриваться как «одно и то же», именно в силу того, что у них разные медиумы. Но обе они направлены на эффект *immediacy*: мир события лежит вокруг пользователя на все 360 градусов, он оказывается актором, движущимся сквозь пространство, точно воспроизводящее то, о котором идет речь. В таком проекте важно, чтобы пользователь не оценивал искусственность и искусность, но забыл о медиуме, неудобных очках, странном чувстве собственной беспомощности и незащищенности, появляющемся при использовании VR-оборудования, планшете, который он держит в руках, и погрузился в само репрезентируемое событие, где сутью погружения становится уже не работа воображения, воссоздающего мир, «спрятанный» в словах, но эмоция соучастия, выражающаяся в страхе, воодушевлении, тревоге, радости и т. п. Другими словами, важнейшая задача этих техник – «убить» чувство мимесиса, которое не дает сознанию забыть об искусственности мира, в которое погружается пользователь.

И вот тут-то и возникают основные вопросы: можно ли избавиться от этого чувства, достаточно ли адекватны воссоздаваемые миры своей задаче, испытывает ли пользователь планируемые ощущения или все же «играет в технологию»? Связь с медиаэстетикой игры и в целом особого мира «задачи, которую надо решить» (например, пройти через определенное пространство), работает противоположно задаче погружения в определенное пространство и его атмосферу, поскольку имеет четкую идею *сюжетности*. Здесь было бы уместно опять вернуться к ремедиации и вспомнить чтение: невозможно сопоставить «проглатывание» сюжетно увлекательной книги и «медленное чтение», рассчитанное на крайне неспешную «прогулку» по воображаемому миру и совершенно невозможное в случае «лихорадочного» следования сюжету. Думается, что при чтении сюжетных книг (например, детективов) возникает тот же эффект «решения задачи» (прохода через текст к развязке), что и в определенных жанрах компьютерных игр. Решение задачи не дает погрузиться в мир, а заставляет сосредоточиться на этом решении. И иммерсивные приемы в журналистике, возможно, испытывают вызов такого когнитивного ограничения. Впрочем, иммерсивная журналистика не «едина и неделима», как и чтение или компьютерные игры. Это особый высокотехнологичный мир, который – несмотря на относительную юность – уже вырабатывает свои особые жанры и типы погружения, поэтому разворачивает себя все дальше, позволяя видеть в новых «складках» новые отсветы ремедиации и соединения гипермедиальности с иммедиаальностью.

### Список литературы

1. Новикова, А. А. Объект и субъект творчества в коммуникативном поле аудиовизуальных практик: автор и эмансипированный зритель / А. А. Новикова. – Текст : непосредственный // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения: сб. матер. Междунар. научн. форума (9–12 ноября 2020 г.) / отв. ред. В. В. Васильева. В 3-х т. – Т. 2. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2020. – С. 119–121.
2. Сидунова, М. К. Точки роста иммерсивной журналистики в России / М. К. Сидунова. – Текст : непосредственный // Медиа среда. – 2020. – № 1 (17). – С. 53–57.
3. Турышева, О. Н. Прагматика художественной словесности как предмет литературного самосознания: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / О. Н. Турышева. – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2011. – Текст : непосредственный.
4. Bolter, J. D. Remediation / J. D. Bolter, R. Grusin. – Cambridge: MIT Press, 2000. – Текст : непосредственный.
5. Bredehoft, T. A. The Visible Text: Textual Pro-Duction and Reproduction from Beowulf To Maus / T. A. Bredehoft. Oxford: Oxford University Press, 2014. – X, 182 p. – Текст : непосредственный.
6. de la Peña, N. Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news / N. de la Peña, P. Weil, J. Llobera, E. Giannopoulos, A. Pomes, B. Spanlang, M. Slater. – Текст : непосредственный // Presence. – № 19. – P. 291–301.
7. Dertida, J. Economimesis / J. Dertida. – Текст : непосредственный // Diacritics . – Т. 11. – 1981. – С. 3–25.
8. Hardee, G. M. Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework / G. M. Hardee // Springer International Publishing Switzerland, 2016. – P. 679–690. – Текст : непосредственный.
9. Rocha, G. Realidade virtual e Jornalismo: uma revisão histórica (1992-2018). [Virtual Reality and Journalism: A Historical Review] / G. Rocha, A. F. Pase. – Текст : непосредственный // 20th Symposium on Virtual and Augmented Reality, SVR 2018, Foz do Iguaçu, Brazil, October 28-30, 2018. IEEE 2018. – P. 122–132.
10. Ryan, M.-L. Storyworlds Across Media: Toward a Media-Conscious Narratology / M.-L. Ryan, J.-N. Thon (eds.). – University of Nebraska Press, Lincoln, 2014. – Текст : непосредственный.

## IMMERSIVE JOURNALISM THROUGH THE PRISM OF REMEDIATION

*M. V. Zagidullina*

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, mzagidullina@gmail.com*

*The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation,  
project No. 18-18-00007*

*The stimulus to write this article was the discussion that took place at the 59th St. Petersburg Media-Readings related to immersive journalism. Continuing the discussion of the issues of technical “re-equipment” of the production of news and - more broadly - journalistic content, the author proposes to evaluate new methods from the standpoint of the theory of medium, which draws attention to the “sense” of communication. The institutional relevance of the journalistic profession and immersive project activities is complicated by the blurring of the lines between “immersion as entertainment” and the user’s emotional involvement in experiencing the message.*



**Key words:** immersive journalism, AR technologies, VR technologies, high-tech projects, medium theory, remediation, reading, journalistic genres, media aesthetics, immediacy, hypermediality.

### References

1. Novikova, A. A. (2020) Ob'yekt i sub'yekt tvorchestva v kommunikativnom pole audiovizual'nykh praktik: avtor i emansipirovannyi zritel' [Object and subject of creativity in the communicative field of audiovisual practices: the author and the emancipated viewer]. *Media v sovremennom mire. 59-ye Peterburgskiy chteniya: sb. mater. Mezhdunar. nauchn. foruma (9–12 noyabrya 2020 g.)* / V. V. Vasil'yeva, ed. Vol. 2. Sankt-Peterburg: SPbGU, 2020, p. 119–121. (In Russ.).
2. Sidunova, M. K. (2020) Tochki rosta immersivnoy zhurnalistiki v Rossii [Growth points of immersive journalism in Russia]. *Mediasreda*, No. 1 (17), pp. 53–57. (In Russ.).
3. Turysheva, O. N. (2011) *Pragmatika khudozhestvennoy slovesnosti kak predmet literaturnogo samosoznaniya* [Pragmatics of literary literature as a subject of literary self-awareness] : thesis. Yekaterinburg : Ural'skiy gosudarstvennyy pedagogicheskiy universitet. (In Russ.).
4. Bolter, J. D., Grusin R. (2000) *Remediation*. Cambridge: MIT Press.
5. Bredehoft, T. A. (2014) *The Visible Text: Textual Pro-Duction and Reproduction from Beowulf To Maus*. Oxford: Oxford University Press, X, 182 p.
6. de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomes, A., Spanlang, B., Slater, M. (2010) Immersive journalism: immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence*, No. 19, pp. 291–301.
7. Dertida, J. (1981) Economimesis. *Diacritics*. No. 11, pp. 3–25.
8. Hardee, Gary M. (2016) Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. *Springer International Publishing Switzerland*, S. Lackey and R. Shumaker (Eds.): VAMR 2016, LNCS 9740, pp. 679–690. DOI: 10.1007/978-3-319-39907-2\_65.
9. Rocha G., Pase, A. F. (2018) *Realidade virtual e Jornalismo: uma revisão histórica (1992-2018)* [Virtual Reality and Journalism: A Historical Review]. *20th Symposium on Virtual and Augmented Reality, SVR 2018*, Foz do Iguaçu, Brazil, October 28-30, 2018. IEEE 2018, pp. 122-132. DOI 10.1109/SVR.2018.00028.
10. Ryan, M.-L., Thon, J.-N. (eds.). (2014) *Storyworlds Across Media: Toward a Media-Conscious Narratology*. University of Nebraska Press, Lincoln.

**Загидуллина Марина Викторовна** – доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет.

mzagidullina@gmail.com

УДК 304

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10405

## ГИПЕРЛОКАЛИЗАЦИЯ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО МЕГАПОЛИСА: К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПОНЯТИЯ

*С. В. Курушкин*

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург*

*В статье рассматриваются основные подходы к определению термина «гиперлокальные медиа» и феномена гиперлокализации. Автор выявляет отличия гиперлокальных медиа от локальных, а также определяет, каким образом соседство в цифровой среде влияет на медиакommunikации в пространстве современного российского мегаполиса. Также в работе выявляются предпосылки возникновения и последующего роста гиперлокальных медиа.*

**Ключевые слова:** гиперлокальные медиа, цифровое соседство, медиасистема, журналистика участия, географическая локализация.

В 2010-х годах научное сообщество обратило пристальное внимание на медиа нового типа, которые были названы «гиперлокальными». Появление гиперлокальных медиа было предопределено совокупностью важных трансформаций, затронувших медиасреду любого крупного города. Во-первых, стремительно менялись практики потребления информации аудиторией. Во-вторых, вместе с практиками потребления информации трансформировалась и роль аудитории, которая более не ограничивалась пассивным восприятием информации. В-третьих, активно развивались технологии, повышающие доступность информации и дающие пользователям медиа многочисленные возможности не только для обратной связи, но и для создания и распространения собственного контента. Рассмотрим эти явления подробнее.

Обилие информации вкупе с доступностью мобильных гаджетов приводит ко вполне ожидаемым результатам: современный человек очень проводит внушительное количество времени в своем смартфоне. Несмотря на то, что в разных исследованиях можно найти разные цифры, все они говорят о том, что тенденцию на увеличение времени, проведенного с гаджетом в течение дня, можно назвать глобальной. В Великобритании молодежь тратит на смартфоны порядка 5 часов в день [7], а исследование, проведенное компанией Counterpoint с участием респондентов по всему миру, показало, что 26% пользователей проводит за смартфоном более 7 часов в день [3]. Россияне тратят треть свободного времени на общение в интернете [7]. Эти данные нельзя рассматривать в отрыве от постоянно увеличивающегося количества контента, приходящегося на среднестатистического пользователя. Еще в 2005 году в США медиапредложение относилось к медиапотреблению в соотношении 884:1 – на каждую минуту, которую пользователь мог потратить на потребление контента, приходилось 884 минуты самого контента [4. С. 25]. Просто отметим, что Facebook появился только в 2004 году, Instagram – в 2010-м году, Twitter – в 2006-м году.

Однако время, которое человек может потратить на потребление контента, все же ограничено. Поэтому меняются сами формы распространения и потребления информации. Мультимедийное насыщение меняет содержание и доставку новостей [4. С. 15], бросает вызовы тем СМИ, которые принято называть «традиционными», приводит к своеобразной гонке, аутсайдеры которой могут столкнуться с серьезными трудностями, как это случилось, например, с «Первым каналом», который опоздал с переносом контента в интернет.

Возникает ситуация, в которой технологические инновации и специфические особенности медиапотребления аудиторией оказываются взаимозависимыми. С одной стороны, интерфейсы адаптируются под «клиповость» мышления аудитории и нехватку времени на потребление все более растущих объемов медиаконтента. Пользователь обитает в «блочной» цифровой среде, где из разных блоков составляет свой алгоритм медиапотребления, подписываясь на паблики в социальных сетях (которые затем будут отображаться в ленте пользователя в соответствии с его активностью и интересами – т.н. «умные ленты»), принимая решение о чтении статьи на основании плашки «Прочтете за 7 минут» рядом с заголовком или попадаясь на ловушку кликбейта.

Впрочем, интерфейсы адаптируются не только для удобного потребления контента, но и для его восприятия. Когда-то сложнейшие с технической точки зрения процессы доставки информации – такие как прямой эфир – сегодня доступны любому пользователю, освоившему простейший интерфейс специального приложения на смартфоне. Контент «выбрасывается» в цифровую среду нажатием кнопки «отправить». Получив возможность не только потреблять, но и создавать, аудитория немедленно ей воспользовалась. Таким образом, интерфейсы адаптируются под изменившиеся практики медиапотребления, но в то же время способствуют их закреплению.

Описание условий, в которых оказались потребители медиаконтента, необходимы нам для того, чтобы понять, почему именно гиперлокализация стала результатом трансформаций, произошедших в цифровой среде. Мы полагаем, что ответ можно найти в области социологии, поскольку взаимодействие пользователей в цифровой среде остается по своей природе социальным взаимодействием – пускай и осуществляется оно на экране, а не лично.

Феномен гиперлокализации в цифровой среде рифмуется с «теорией сужения» американского социолога Роберта Патнэма. Суть этой теории заключается в следующем: жители больших городов, живущие в атмосфере этнического и других типов разнообразия, скорее склонны уйти в оборону своего локального пространства, чем открывать для себя новые культуры с новыми ценностями [8. С. 30]. Проведенное Патнэмом исследование показало, что жители Нью-Йорка «с меньшей охотой голосуют, участвуют в общественных инициативах, жертвуют благотворительным организациям или работают волонтерами, чем американцы, живущие в менее этнически разнообразных городах» [8. С. 30]. Если раньше считалось, что контакт между различными социальными группами приведет либо к установке социальных связей (т.н. «контактная теория»), либо к конфликту между ними (т.н. «конфликтная теория»), то в условиях мегаполиса, пронизанного медиакommunikациями, появляется третий путь: изоляция, ведущая к гиперлокализации коммуникаций.

Однако при всей важности этого явления, медиаисследователи стараются обходить стороной терминологию. Зачастую ответы на вопросы: «Что такое гиперлокальные медиа?» и «Чем гиперлокальные медиа отличаются от локальных?» попросту игнорируются. Иногда встречаются описательные конструкции, позволяющие выделить некоторые характеристики гиперлокальных медиа: «Работу таких медиа определяет участие пользователя, их готовность быть повествователем» [6. С. 233], «Контент касается только территориально ограниченного сообщества» [9], «Гиперлокальные медиа <...> развивают сюжетные линии, поднимают вопросы, которые по тем или иным причинам не входят в зону внимания официальных, «больших» СМИ» [6. С. 233] и даже: «Гиперлокальное СМИ – это место тусовки» [1]. Тем не менее, важный вопрос отличия гиперлокальных медиа от локальных не поднимается. Более того, иногда гиперлокальные и локальные медиа уравниваются [2], между ними не делается никаких различий, что, в свою очередь, приводит к терминологической путанице (не говоря уже о сомнениях в необходимости термина «гиперлокальное медиа»).

Чтобы понять, чем гиперлокальное медиа отличается от локального, обратимся к приведенным выше цитатам.

– «Работу таких медиа определяет участие пользователя, их готовность быть повествователем». Действительно, зачастую гиперлокальные медиа ассоциируются с журналистикой участия. В узком сообществе пользователи, не относящиеся к профессиональным журналистам, зачастую могут обладать эксклюзивной информацией, которую они с помощью описанных нами простых интерфейсов упаковывают и распространяют в сообществе. Однако так происходит далеко не всегда. Карина Тенор говорит о наличии четырех типов гиперлокальных медиа, выделяемых по двум критериям: профессиональной принадлежности авторов контента к журналистам и нацеленности на получение прибыли от издания. Таким образом, мы можем говорить о четырех типах гиперлокальных медиа: профессиональные/прибыльные, непрофессиональные/прибыльные, профессиональные/неприбыльные и непрофессиональные/неприбыльные [10].

– «Контент касается только территориально ограниченного сообщества» и «Гиперлокальные медиа <...> развивают сюжетные линии, поднимают вопросы, которые по тем или иным причинам не входят в зону внимания официальных, «больших» СМИ». Утверждения весьма спорные. Беглый просмотр гиперлокальных пабликов «Подслушано» в социальной сети «ВКонтакте» позволяет говорить о том, что федеральная повестка регулярно вклинивается в общую гиперлокальную направленность контента, поэтому необходимо говорить не о строгом разграничении контента, а о соотношении гиперлокальной и федеральной повесток [5. С. 227]. Гиперлокальные медиа являются отражением ментальных моделей мира, сформированных у их пользователей, в которых жалобы на парковку во дворах соседствуют с обсуждением повышения пенсионного возраста. Более того, критерий территориального ограничения порой неотделим от других критериев: например, реализации совместной деятельности. Поэтому мы относим к гиперлокальным медиа и паблик «Подслушано на журфаке», и чат рабочих, строящих очередной жилой комплекс в спальном районе города. Обратим внимание, что и студенты, и рабочие могут быть членами нескольких гиперлокальных сообществ.

– «Гиперлокальное СМИ – это место тусовки». Несмотря на ненаучность этой формулировки, она весьма точно отражает суть гиперлокальных медиа в целом и СМИ в частности. Гиперлокализация медиа – следствие трансформации социальной формы соседства, которое теперь переносится в цифровую среду. Причем мы рассматриваем соседство не только в качестве географически локализованного сообщества внутри города. Нам кажется, что можно говорить, например, о «профессиональном соседстве», об «образовательном соседстве» и т.д. В этих случаях к критерию географической локализации добавляются совместная деятельность, интересы и прочие социальные связи, способствующие формированию сообщества. Мы понимаем, что этот вопрос относится к дискуссионным, однако считаем, что ограничивать соседства географической локализацией, пока некоторые ученые говорят о «цифровом космополитизме» [8], по меньшей мере неуместно.

Гиперлокальные медиа отличаются от локальных, в первую очередь, более высоким уровнем локализации потребляющего и производящего контент сообщества, что приводит к образованию соседств в цифровой среде. Географическая локализация в этих соседствах является важным критерием, но далеко не всегда единственным. Житель современного мегаполиса ищет ответ на вызовы, которые ставят перед ним постоянно увеличивающееся количество контента, дружелюбные интерфейсы и рассчитывающие на получение прибыли корпорации. Одним из выходов становится гиперлокализация коммуникаций: пользователь становится частью нескольких сообществ, зачастую предельно локализованных. Группы в социальных сетях, чаты в мессенджерах, отдельные

сайты и многое другое объединяется в гиперлокальную медиасистему, позволяющую аудитории удовлетворять свои потребности в потреблении и производстве медиаконтента.

### Список литературы

1. Амирханова, Г. Экономические истории. Что такое гиперлокальные СМИ? / Г. Амирханова. – Текст : электронный // New Reporter. – 2012. – URL: <https://newreporter.org/2012/06/26/ekonomicheskie-istorii-chto-takoe-giperlokalnye-smi/> (дата обращения: 03.02.2020).
2. Зачем британцам гиперлокальные медиа. Исследование. – Текст : электронный // Radiportal.ru. – URL: <https://www.radiportal.ru/articles/17565/zachem-britantsam-giperlokalnye-media-issledovanie> (дата обращения: 03.02.2020).
3. Каждый четвертый пользователь смартфона проводит с ним более 7 часов. – Текст : электронный // Mobile Review. – URL: <https://mobile-review.com/news/kazhdyj-chetvertyj-polzovatel-smartfona-provodit-s-nim-bolee-7-chasov> (дата обращения: 03.02.2020).
4. Кин, Д. Демократия и декаданс медиа / Д. Кин. – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 312 с. – Текст : непосредственный.
5. Нигматуллина, К. Р. Гибридная повестка новых российских медиа: между локальным и федеральным (на примере медиапространства Санкт-Петербурга) / К. Р. Нигматуллина. – Текст : непосредственный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2018. – № 4 (30). – С. 224–235.
6. Пичугина, О. А. Трансмедийное повествование в коммуникативном пространстве мегаполиса / О. А. Пичугина. – Текст : непосредственный // Коммуникология. – № 4 (5). – 2016. – С. 225–238.
7. Подолян, О. Сколько времени человек тратит на смартфон / О. Подолян. – Текст : электронный // Вести FM. – 2017. – URL: <https://radiovesti.ru/brand/61816/episode/1495567/> (дата обращения: 03.02.2020).
8. Цукерман, Э. Новые соединения. Цифровые космополиты в коммуникативную эпоху / Э. Цукерман. – Москва: Ад Маргинем Пресс, 2015. – 319 с. – Текст : непосредственный.
9. Что такое гиперлокальный сайт? – Текст : электронный // Хабр. – 2009. – URL: <https://habr.com/ru/post/287598/> (дата обращения: 03.02.2020).
10. Tenor, C. Hyperlocal News And Media Accountability / C. Tenor. – Текст : электронный // Taylor & Francis Online. – 2018. – Pp. 1064–1077. – DOI: 10.1080/21670811.2018.1503059. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2018.1503059> (дата обращения: 03.02.2020).

### HYPERLOCALIZATION IN THE SYSTEM OF THE RUSSIAN MEGAPOLIS: TO THE QUESTION OF DEFINING THE CONCEPT

*S.V. Kurushkin*

*St. Petersburg State University, St. Petersburg, s.kurushkin@gmail.com*

*The article describes the main approaches to the definition of the term “hyperlocal media” and the phenomenon of the hyperlocalization. The author declares that proximity in the digital environment affects media communications in the modern Russian metropolis. We see that the practices of the media consumption are changing, and the audience is no longer satisfied with the passive role in the media consumption chain. Some of the media consumers are faced with*

*the large amounts of information and isolate themselves by consuming only the local news. At the same time, confusion between the concepts of “local media” and “hyperlocal media” often arises. As a result, it becomes necessary to separate these terms. An important role in the work is played by the concept of the neighborhood in the digital environment as a kind of limiter that separates hyperlocal media from local media. Also, the prerequisites of the emergence and the subsequent growth of the hyperlocal media are identified in the work.*

**Key words:** hyperlocal media, digital neighborhood, media system, participation journalism, geographical localization.

### References

1. Amirhanova, G. (2012). Jekonomicheskie istorii. Chto takoe giperlokal'nye SMI? [Economical tales. What is hyperlocal media?]. *New Reporter* [New Reporter], available at: <https://newreporter.org/2012/06/26/ekonomicheskie-istorii-chto-takoe-giperlokalnye-smi> (accessed: 03.02.2020). (in Russ.).
2. Zchem britancam giperlokal'nye media. Issledovanie [Why do the British need hyperlocal media. Study]. *Radiportal.ru* [Radiportal.ru], available at: <https://www.radiportal.ru/articles/17565/zchem-britantsam-giperlokalnye-media-issledovanie> (accessed: 03.02.2020) (in Russ.).
3. Kazhdyj chetvertyj pol'zovatel' smartfona provodit s nim bolee 7 chasov [Every fourth smartphone user spends more than 7 hours with him]. *Mobile Review* [Mobile Review], available at: <https://mobile-review.com/news/kazhdyj-chetvertyj-polzovatel-smartfona-provodit-s-nim-bolee-7-chasov> (accessed: 03.02.2020) (in Russ.).
4. Kin, D. (2015). *Demokratija i dekadans media* [Democracy and decadence of media]. Izd. dom Vysshej shkoly jekonomiki, Moscow, 312 p. (in Russ.).
5. Nigmatullina, K. R. (2018). Gibridnaja povestka novyh rossijskih media: mezhdju lokal'nym i federal'nym (na primere mediaprostranstva Sankt-Peterburga) [The hybrid agenda of the new Russian media: between local and federal (in case the media space of St. Petersburg)]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija* [Sign: the problem field of mediaeducation], vol. 4 (30), pp. 224–235 (in Russ.).
6. Pichugina, O. A. (2016). Transmedijnoe povestvovanie v kommunikativnom prostranstve megapolisa [Transmedia narrative in the communicative space of the metropolis]. *Kommunikologiya* [Communicology], vol. 4 (5), pp. 225–238 (in Russ.).
7. Podolyan, O. (2017). Skol'ko vremeni chelovek tratit na smartfon [How much time a person spends on a smartphone]. *Vesti FM* [News FM], available at: <https://radiovesti.ru/brand/61816/episode/1495567/> (accessed: 03.02.2020) (in Russ.).
8. Tsukerman, E. (2015). *Novye soedinenija. Cifrovye kosmopolity v kommunikativnuju jepohu* [Rewire. Digital cosmopolitans in the age of connection]. Ad Marginem Press, Moscow, 319 p. (in Russ.).
9. Chto takoe giperlokal'nyj sajt? (2009). [What is a hyperlocal site?]. *Habr* [Habr], available at: <https://habr.com/ru/post/287598> (accessed: 03.02.2020) (in Russ.).
10. Tenor, C. (2018). Hyperlocal News And Media Accountability. *Taylor & Francis Online*, pp. 1064–1077. DOI: 10.1080/21670811.2018.1503059, available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2018.1503059> (accessed: 03.02.2020).

**Курушкин Сергей Васильевич**, кандидат политических наук, старший преподаватель, институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет.  
s.kurushkin@gmail.com

УДК 070.4; 33

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10406

## МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СИСТЕМНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ РЕДАКЦИИ СМИ

*Л. С. Махакова*

*Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления,  
Улан-Удэ*

*А. В. Шадрина*

*Информационное агентство «Восток-Телеинформ», Улан-Удэ*

*В статье анализируется проблема оценки эффективности организации работы редакции СМИ. На основе методологии операционно-системного подхода процесса управления, выделены критерии оценки системной эффективности организации работы редакции СМИ, разработана авторская методика. Представленная методика включает в себя несколько этапов и может быть использована редакцией СМИ в целях разработки мер по повышению эффективности процесса управления. Методика оценки системной эффективности апробирована региональными редакциями СМИ республики Бурятия.*

**Ключевые слова:** оценка эффективности, системная эффективность, редакция СМИ, организация работы редакции СМИ, критерии оценки эффективности, методика оценки эффективности.

**Постановка проблемы.** Грамотно выстроенная организация работы редакции СМИ обеспечивает создание качественного информационного продукта. Оценить организацию работы редакции возможно через оценку ее эффективности. Анализ источников информации показал недостаточную разработанность данной проблемы в теории и практике управления деятельностью отечественных СМИ.

**Целью статьи** является разработка критериев и на их основе методики оценки эффективности организации работы редакции, преимущественно региональных СМИ. Поскольку процесс организации работы региональных СМИ имеет специфические особенности, обусловленные рядом объективных факторов.

**Анализ исследований и публикаций.** Эксперты в области теории и практики управления предлагают различные подходы к определению эффективности работы организации.

Первый подход ориентирован на внутренние факторы производства и представляет организацию как механизм, действующий на основе производственных ресурсов. Цель - получение максимальной экономической прибыли за счет капитальных вложений и общего его оборота. Достижение цели возможно при оптимальном использовании всех видов ресурсов. В следствие чего в качестве первоочередной задачи менеджмента организации выступает ориентация на оперативное управление, позволяющее оптимизировать все процессы производства и структуру его производственных факторов. Данный подход сопоставляется с классической моделью определения экономической эффективности организации - соотношению максимально выпущенной продукции при минимально затраченных ресурсах (показатели ресурсоотдачи) [6. С. 28].

В основе второго подхода заложена концепция заинтересованных групп. Любая организация представляет собой общественный институт, открытую систему, которая

стремится к равновесию интересов, связанных с ней социальных групп как вне, так и внутри организации [1. С. 31].

Оценка эффективности опирается на ценностно-ориентированный подход, организационную политику, баланс личных интересов организации с потребностями партнеров, соотношение социальной и культурной политики с ценностями и нормами коллектива, общества в целом. Эффективность измеряется степенью удовлетворенности ожиданиям внутренних и внешних субъектов взаимодействия [12. С. 447].

Следующий подход нацелен на индивида. Исходит из интерпретации организации как группы людей, осуществляющих совместную деятельность на принципах кооперации и разделения труда [9. С. 352].

Методология оценки эффективности основывается на системе управления человеческими ресурсами. Включает показатели их возникновения, формирования, развития и повышения качества профессионально-трудовой жизни. Организация проводит жесткий подбор и отбор персонала, их расстановку, систему мотивации, а также подготовку руководящих кадров. Акцент на качество трудовой жизни, потребности персонала, стиль управления и его влияние на производительность и удовлетворенность труда. Критериями оценивания эффективности выступают: интеграция деятельности, удовлетворенность членов коллектива, морально-нравственные ценности, социально-психологический климат и т.п. [7. С. 59].

Предложенная нами методика оценки эффективности организации работы редакции СМИ базируется на методологии оценки эффективности организации Э. А. Дадашевой, в которой эффективность интерпретируется с операционной и системной точек зрения. Операционная эффективность определяется набором деловых качеств управленцев, а также умением рационально использовать их потенциала. Системная эффективность - сложная иерархическая система, тесно взаимодействующая с социальным окружением. Фундаментальную основу составляет общая теория систем [5].

**Изложение основного материала исследования.** На основе методологии операционно-системного подхода процесса управления нами были разработаны критерии оценки системной эффективности организации работы редакции СМИ, предложена методика и апробирована на редакциях средств массовой информации республики Бурятия.

Предложенная методика состоит из двух блоков оценивающих системную эффективность и операционную эффективность редакции средств массовой информации. В рамках данной научной статьи мы опишем методику оценки системной эффективности организации работы редакции СМИ. Методика имеет последовательно выстроенные этапы.

1) разработка критериев оценки системной эффективности организации работы редакции СМИ;

2) сбор и дополнение требуемой информации с целью включения в соответствующие критерии оценки;

3) размещение информации по соответствующие критерии;

4) распределение баллов по критериям;

5) перевод количественных данных в балльную систему. Их сопоставление с критериями оценки;

6) расчет итоговых показателей;

7) соотнесение итоговых показателей с выбранными диапазонами. Оценка эффективности организации работы редакции СМИ;

8) разработка рекомендаций по улучшению организации работы редакции СМИ.

Измерение системной эффективности организации работы редакции СМИ осуществлялось методами включенного наблюдения и анализа документов редакции СМИ на основе профессиональных суждений и балльной отметки.



Этап 1. Разработка критериев оценки системной эффективности организации работы редакции СМИ.

Системная эффективность определяется качеством оргструктуры и всех процессов редакционного менеджмента.

Процесс управления редакцией СМИ как результат целенаправленных актов руководителя и аппарата менеджмента редакции по согласованию с персоналом для достижения ключевых целей организации [8. С. 184] основывается на классических функциях управления. Функции были предложены в начале прошлого века Анри Файолем: планирование, организация, мотивация, контроль, координация. В следствие чего анализ организационной структуры представляет собой неотъемлемую часть процесса менеджмента при реализации редакцией оргфункции.

Таким образом в основу разработки критериев оценки системной эффективности организации работы редакции СМИ были заложены: методология процессов управления и функций менеджмента; операционно-системный подход; оргграмма редакции – элементами которой являются иерархически упорядоченные организационные единицы (подразделения, должностные позиции); анализ документов редакции СМИ (планы, положения, должностные инструкции сотрудников, штатная расстановка и т.п.).

Этап 2. Сбор и дополнение требуемой информации с целью включения в соответствующие критерии оценки.

Планирование как основа процесса управления, связана с определением целей и задач редакции, а также необходимых ресурсов для реализации данных целей [4. С. 48]. Этот процесс включает в себя стратегический план (миссия редакции, планирование и движение редакции на годы вперед), тактический план (метод достижения большой, долгосрочной стратегической цели, наличие годовых планов) и оперативный план (решение ежедневных, текущих задач, проведение планерок, летучек).

Организация – функция, с помощью которой происходит распределение конкретных задач между отдельными структурными подразделениями или сотрудниками редакции и установление взаимодействия между ними, исходя из размера редакции, ее целей, технологии и персонала. Редакция СМИ должна иметь четко выстроенную организационную структуру, локальные нормативные акты, положения, штат сотрудников, выполняющие свои должностные обязанности.

Мотивация как побуждение к действию – динамический процесс физиопсихологического плана. Данный процесс осуществляет управление индивидом, определяет его способность с помощью трудовой деятельности реализовывать собственные потребности, а также активность, устойчивость, организованность и направленность [2. С. 189]. В рамках любой организации, включая редакцию СМИ, мотивация имеет поощрительный «мотивация достижения успеха» (признание, финансовое поощрение, развитие, достижения) и порицательный «мотивация избегания неудач» (система штрафов, выговор) характер оценки труда.

Контроль – процесс обеспечения достижения редакцией своих целей; постоянное сравнение, что есть, с тем, что должно быть [12. С. 252]. Контроль бывает предварительным, текущим и заключительным.

Координация деятельности обеспечивает согласованность действий всей цепи управления, сохранение, поддержание и совершенствование режима работы редакции и обеспечения его бесперебойности и непрерывности [3. С. 52]. Координация может быть программируемая (чек-лист, инструкция, какой-либо официальный документ, в котором расписаны нюансы и действия работы) и непрограммируемая (вербальная, часто неформальная координация сотрудников).

Этап 3. Размещение информации по соответствующие критерии (таблица 1).

Таблица 1

*Критерии оценки системной эффективности редакции СМИ*

| № | Критерий   | Балл |
|---|--|------|
| 1 | Стратегический план редакции (миссия редакции, план и движение редакции на годы вперед)                        |      |
| 2 | Тактический план редакции (метод достижения большой, долгосрочной стратегической цели, наличие годового плана) |      |
| 3 | Оперативный план редакции (решение ежедневных, текущих задач, проведение планерок, летучек)                    |      |

|    |  |  |
|----|--|--|
| 4  | Четко выстроенная организационная структура редакции. Наличие самостоятельных структурных подразделений (управление/департамент/отдел) в структуре организации |  |
| 5  | Собственный штат подразделения в структуре редакции (отсутствие совмещенных функций нескольких подразделений)  |  |
| 6  | Соответствие трудовых функций со штатным расписанием и штатной расстановкой сотрудников  |  |
| 7  | Положение о редакции и ее структурных подразделениях   |  |
| 8  | Наличие должностных инструкций   |  |
| 9  | Разработана система финансового поощрения (премии, бонусы и т.п.)  |  |
| 10 | Учет индивидуальных/групповых достижений (проекты, звания и т.п.)  |  |
| 11 | Личностный и карьерный рост  |  |
| 12 | Развитие (обучение, повышение квалификации)  |  |
| 13 | Система штрафов  |  |
| 14 | Выговоры   |  |
| 15 | Осуществляется предварительный контроль  |  |
| 16 | Осуществляется текущий контроль  |  |
| 17 | Осуществляется заключительный контроль   |  |
| 18 | Действует программируемая координация деятельности (разработаны чек-листы, инструкции, нормативные документы, в которых расписаны нюансы и действия работы)    |  |
| 19 | Действует непрограммируемая координация (вербальная, часто неформальная координация сотрудников)   |  |

Этап 4. Распределение баллов по критериям (таблица 2). Авторы предлагают опираться на систему оценок, предложенную И. Н. Рабыко [10].

Таблица 2

*Система оценок*

| Балл | Критерий оценки                                      |
|------|--|
| 1    | Да (регулярно, в полном объеме)                      |
| 2    | За малым исключением (как правило, достаточно полно) |
| 3    | Частично (в некоторых случаях, недостаточно полно)   |
| 4    | Нет (никогда)  |

Этап 5. Перевод количественных данных в балльную систему. Их сопоставление с критериями оценки.

Критерии оценки имеют качественно-количественные показатели. На основании этого применяется балльный подход к оценке и присвоение баллов по шкале от 1 до 4 (максимальный – 1, а минимальный – 4). Расчет оценки системной эффективности организации работы редакции СМИ осуществляется по формуле (1):

$$R = \sum_{i=1}^n (\text{оценка} * \text{вес}) / \sum_{i=1}^n$$

(1)

(2) где: R – показатель оценки системной эффективности.

Этап 6. Расчет итогового показателя оценки.

Оценка общего интегрированного итога по шкале, представленной в таблице 3, дает возможность авторам методики оценить эффективность функционирования всей системы организации работы редакции средства массовой коммуникации.

Таблица 3

*Итоговая шкала оценки системной эффективности организации работы редакцией СМИ*

| <b>Оценка эффективности</b> | <b>Коэффициент</b> |
|-----------------------------|--------------------|
| Высокоэффективна            | ≤ 1,0              |
| Достаточно эффективна       | > 1,1 и ≤ 2,0      |
| Недостаточно эффективна     | > 2,1 и ≤ 3,0      |
| Неэффективна                | > 3,1              |

Этап 7. Соотнесение итоговых показателей с выбранными диапазонами. Оценка эффективности организации работы редакции СМИ.

В соответствии с предложенной системой оценки критериев, общая оценка системной эффективности организации работы редакции СМИ должна стремиться к единице. Т.е. при значениях равных или меньше 1 – система функционирует высокоэффективно и наоборот. При показателях выше 3,1 балла - система неэффективна.

Этап 8. Разработка рекомендаций по улучшению организации работы редакции СМИ.

Данный этап предполагает выработку конкретных рекомендаций и мероприятий по совершенствованию организации работы редакции СМИ с последующей ее оценкой по предложенной методике и отслеживания маркеров их эффективности в динамике.

**Выводы.** Одним из ключевых показателей успешного СМИ является оценка эффективности организации работы редакции. Выделенные авторами критерии оценивания эффективности позволяют проанализировать организацию с позиции системного подхода к процессу управления. Разработанная методика дает возможность выявить, оценить и разработать на ее основе комплекс мер по совершенствованию процессов управления в СМИ.

### Список литературы

1. Афонин, И. В. Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции : учебное пособие / И. В. Афонин. – Москва, 2002. – 380 с. – Текст : непосредственный.
2. Ахметов, К. Г. Основы менеджмента : учебное пособие / К. Г. Ахметов, Е. Н. Сагиндыков, У. С. Байжомартов, Б. А. Жунусов. – Москва, 2005. – 436 с. – Текст : непосредственный.

3. Браун, Дж. Эффективный менеджмент на радио и телевидении : учебное пособие / Дж. Браун, У. Куол. – пер. с англ. – Москва: Мир, 2001. – 209 с. – Текст : непосредственный.
4. Вырковский, А. В. Операционный менеджмент в СМИ: актуальные вопросы : учебное пособие / А. В. Вырковский. – Москва, 2012. – 76 с. – Текст : непосредственный.
5. Дадашева, Э. А. Концептуальные подходы к эффективности управления организацией / Э. А. Дадашева. – Текст : непосредственный // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2009. – № 2. – С. 80–92.
6. Жариков, О. Н. Системный подход к управлению : учебное пособие / О. Н. Жариков, В. И. Королевская, С. Н. Хохлов; под ред. В. А. Персианова. – Москва, 2001. – 62 с. – Текст : непосредственный.
7. Ивасенко, А. Г. Менеджмент : учебное пособие / А. Г. Ивасенко. – Новосибирск, 2001. – 97 с. – Текст : непосредственный.
8. Мильнер, Б. З. Системный подход к организации управления : учебное пособие / Б. З. Мильнер, Л. И. Евенко, В. С. Рапопорт. – Москва, 1983. – 224 с. – Текст : непосредственный.
9. Махакова, Л. С. Феномен ценности в организационной культуре. Роль гендерных стереотипов для принятия ценностей организационной культуры / Л. С. Махакова. – Текст : непосредственный // Вестник университета. – 2007. – № 1 (19). – С. 351–354.
10. Рабыко, И. Н. Методика оценки управления стратегическим риском банка / И. Н. Рабыко. – Текст : непосредственный // Фотинские чтения. – 2018. – № 1 (9). – С. 445–453. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_32844510\\_30518014.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_32844510_30518014.pdf) (дата обращения: 09.01.2020).
11. Юкаева, В. С. Менеджмент: Краткий курс : учебное пособие / В. С. Юкаева. – Москва: ИТК «Дашков и Ко», 2006. – 104 с. – Текст : непосредственный.
12. Drucker, Peter F. McHarello Management / Peter F. Drucker, Joseph A. – New York, 1995. – P. 704.

## METHODOLOGY FOR ASSESSING SYSTEM EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION OF WORK OF MEDIA EDITION

**L. S. Makhakova**

*East-Siberian State-University of Technology and Management, Ulan-Ude,  
mahakova@mail.ru*

**A. V. Shadrina**

*Vostok-Teleinform News Agency, Ulan-Ude, shadrina.naska@yandex.ru*

*The article analyzes the problem of assessing the effectiveness of the organization of the work of the media. An analysis of information sources showed that this problem is not sufficiently developed in the theory and practice of managing the activities of domestic media.*

*The authors considered a number of theoretical approaches to the questions of assessing the effectiveness of an organization. Based on the methodology of the operational and systematic approaches of the management process, criteria for assessing the systemic effectiveness of the organizations of the works of the media editorial office are identified; the author's methodology is developed.*

*A total of nineteen criteria were identified for five main blocks: planning, organization, motivation, control, coordination. Measurement of the systemic effectiveness of the organization of the work of the media editorial office was carried out on the basis of professional judgment and scoring by the methods of included observation and analysis of media editorial documents. Each criterion was evaluated on a four point scale. The calculation of the segments of*

*the systemic effectiveness of the org-animation s of the work of the media was carried out according to a special formula.*

*The whole technique consists of several stages and can be used by the editorial staff of the media in the develop men of measures to improve the efficiency s of the management process. Moreover, the methodology for assessing systemic efficiency does not require large material and non-material costs. The methodology was tested by the regional media outlets of the Republic of Buryatia.*

**Key words:** performance evaluation, systemic efficiency, the media editorial office, organization of the media editorial office, criteria for evaluating effectiveness, methodology for evaluating effectiveness.

### References

1. Afonin, I. V. (2002) *Upravlenie razvitiem predppuyatiya: strategicheskiy menedzhment, innovatsii, investitsii* [Enterprise Development Management: Strategic Management, Innovation, Investments]. Moscow, 380 p. (in Russ.).
2. Akhmetov, K. G., Sagindykov, E. N., Bayzhomartov, U. S. & Zhunusov, B. A. (2005) *Osnovy menedzhmenta* [Basics of Management]. Moscow, 436 p. (in Russ.).
3. Brown, J. & Kuol, W. (2001). *Effektivnyy menedzhment na radio i televidenii* [Effective Radio and Television Management]. Moscow, Mir, 209 p. (in Russ.).
4. Vyrkovskiy, A. V. (2012) *Operatsionnyy menedzhment v SMI: aktual'nye voprosy* [Operational Management in Mass Media: Topical Issues]. Moscow, 76 p. (in Russ.).
5. Dadasheva, E. A. (2009) Kontseptual'nye podkhody k effektivnosti upravleniya organizatsiyei [Conceptual Approaches to the Efficiency of Management of the Organization]. *Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki* [Regional Problems of Economic Transformation], 2, pp. 80–92. (in Russ.).
6. Zharikov, O. N., Royal, V. I. & Khoglov, S. N. (2001) *Sistemnyy podkhod k upravleniyu* [System Approach to Management]. Moscow, 62 p. (in Russ.).
7. Ivasenko, A. G. (2001) *Menedzhment* [Management]. Novosibirsk, 97 p. (in Russ.).
8. Milner, B. Z., Evenko, L. I. & Rapoport, V. S. (1983). *Sistemnyy podkhod k organizatsii upravleniya* [System Approach to Management Organization]. Moscow, 224 p. (in Russ.).
9. Mahakova, L. C. (2007) Fenomen tsennosti v organizatsionnoy kul'ture. Rol' gendernykh stereotipov dlya prinyatiya tsennostey organizatsionnoy kul'tury [The phenomenon of values in organizational culture. Role of gender stereotypes for acceptance of values of organizational culture]. *Vestnik universiteta* [University Gazette]. 1 (19), pp. 351–354. (in Russ.).
10. Rabyko, I. N. (2018) Metodika otsenki upravleniya strategicheskim riskom banka [Method of Assessing Strategic Risk Management of the Bank]. *Fotinskie chteniya* [Fotin Readings]. 1 (9), pp. 445–453. (in Russ.).
11. Yukayeva, V. S. (2006) *Menedzhment: Kratkiy kurs* [Management: Short course]. Moscow: ITK “Dashkov and Ko”, 104 p. (in Russ.).
12. Drucker, Peter F. & Joseph, A. (1995) *McHarello Management*. New York, P. 704.

**Махакова Лариса Сырендоржиевна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры «Медиакоммуникаций», Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления.

mahakova@mail.ru

**Шадрина Анастасия Владимировна**, корреспондент информационного агентства «Восток-Телеинформ».

shadrina.naska@yandex.ru

УДК 070

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10407

*Г. С. Мельник**Санкт-Петербургский государственный университет  
Санкт-Петербург (Россия)***НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА:  
ДОСТИЖЕНИЯ И ИЗДЕРЖКИ***Г. С. Мельник**Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург*

*Работа выполнена в рамках НИОКР Санкт-Петербургского университета № 26520757  
«Инновационные методологии обеспечения информационной безопасности Российской  
Федерации»*

*Цель статьи – рассмотреть особенности медиапроизводства, связанные с технологическими изменениями в медиаиндустрии. Отмечаются положительные и негативные факторы, влияющие на производство медиапродукта и его восприятие аудиторией.*

*Беспрецедентное развитие цифровой журналистики требует от исследователей оперативного осмысления новых профессиональных направлений медиаиндустрии, задач производства актуального и познавательного контента, а также формирования новых стандартов качества в журналистской практике.*

**Ключевые слова:** медиапроизводство, цифровизация, деструктивные факторы, конструктивные факторы, информационная безопасность.

Актуальность исследования объясняется глубинными изменениями в медиасфере, вызванными цифровизацией, открывающей новый этап в развитии медиапроизводства на разных уровнях. Появились новые технологические возможности для получения высококачественного информационного продукта. Многочисленные исследования показывают положительные стороны развития медиаиндустрии. СМИ формируют новую среду обитания, открывая невиданные возможности активизации аудитории, особенно для молодых людей, для которых виртуальная коммуникация становится первичным средством быстрой социализации. Конкурентами традиционных и новых медиа становятся информационные платформы. Более 4 млрд. человек являются потребителями видеоконтента в Интернет. В России 106,6 млн. пользователей Интернет, 70 активных пользователей, 45% – аудитория соцсетей от общей численности населения [13]. Растет не только интернет-аудитория, но и спрос на новый контент и формы его презентации.

Медийное пространство представляет собой область социального действия особых субъектов, «вступающих в сетевую коммуникацию, опосредованную информационными технологиями на программном и аппаратном уровнях» [3]. Медиа получили беспрецедентные возможности для экспериментирования с форматами и новыми инструментами круглосуточного общения с аудиторией. В сетевых медиа «автор содержания сообщения вступает в отношение с потребителем, который в свою очередь сам участвует в дальнейшем производстве информации. Так, каждый читатель/подписчик сервиса может выполнять функции комментатора, репортера, фотокорреспондента и/или редактора данного сервиса» [10. С. 63].

Эксперты описывают сетевую информационную среду, опираясь на такие ключевые взаимосвязанные критерии, как конвергенция, дигитализация, интерактивность [2; 9]. Наряду с печатными версиями изданий, выходят их онлайн-версии, в эту систему включаются интернет-ТВ [18], мобильное ТВ, интернет-радио [22], блогосфера. Популярными становятся подкасты – площадки для обмена не только текстами, но фотоматериалами (*Instagram*) и видеоматериалами (*YouTube, Facebook, MySpace* и др.). Ведущие европейские газеты и журналы, а также ряд российских изданий («Ведомости», «Коммерсант», «Комсомольская правда») успешно работают в мобильном сегменте. «Комсомольская правда» работает в FM-диапазоне, имеет собственный канал на видеохостинге YouTube. ([www.kp.ru/radio/](http://www.kp.ru/radio/))

Отличительная особенность медиапроизводства в том, что оно предполагает межплатформенное использование, что в наибольшей степени позволяет охватить максимальную аудиторию, удовлетворить ее информационные запросы. Специфика социальных медиа определяется четырьмя ключевыми словами: мультимедийность, гипертекстуальность, конвергенция, интерактивность.

Новые модели создания и потребления информационного продукта оказываются в поле внимания исследователей. Меняются способы медиапроизводства: информационный продукт становится результатом «сочетания нескольких медиаформатов, вызванных к жизни неминуемой диверсификацией и конвергенцией технологических платформ и отдельных решений» [7], соответственно формируется новый тип медиапотребления. Процесс производства информации сейчас осуществляется в конвергентных редакциях, сразу на нескольких платформах, поэтому в обучении кадров для информационных структур акцент делается на получении навыков менеджмента во всех сферах – культуре, политике, экономике, журналистике [15; 19]. Конвергенция становится условием выживаемости медиа в конкурентной среде.

Среди деструктивных факторов влияния на медиапроизводство эксперты отмечают турбулентность состояния, в которой постоянно развивается медиаиндустрия России. Чтобы обеспечить высокий уровень эффективности медиа и интерактивности, производство продукта начинается с поиска скрытых потребностей аудитории, понимания особенностей ее интересов. Медиапродукт зачастую создается исключительно исходя из потребностей аудитории. Характеризуя задачи СМИ по привлечению аудитории журналист и бизнес-тренер В. Ю. Пуля отмечает: «должен собратся креативный костяк, продумать миссию, концепцию, зафиксировать ее и донести до каждого сотрудника. У каждого сотрудника, от гендиректора до уборщицы, должна быть выстроена в голове логическая цепочка – о чем мы пишем, для кого, что нужно делать и какие деньги мы с этого получим» [12]. Им предлагается формула: «do what you do best and link to the rest. То «есть делай то, что у тебя получается лучше всего, а на остальных можно ссылаться» [12].

Традиционные бизнес-модели в медиакоммуникации подвергаются модернизации. Газеты и онлайн-ресурсы ищут новые способы монетизации контента, в частности, набирает оборот так называемая автоматизированная журналистика.

В связи с развитием технологий значительно изменилось медиапотребление: не традиционные медиа, а социальные сети приобрели широкую аудиторию и возможность интерактивного общения с ней, получения оперативного отклика в виде комментариев и лайков. «За интерес человека одновременно борются уведомления от мессенджеров, социальных сетей, почтовых клиентов и интернет-изданий» [11]. В настоящее время наиболее разнообразные исследования посвящены развитию новых / цифровых медиа в России [4]. Изменения в медиапотреблении заставляют на основе одного фактологического ряда создавать разные тексты, как для быстрого чтения (*lean forward*), в транспорте, например, так и для домашнего неспешного чтения на «диване» (*back lean*). Учитывается

скорость, ритм и степень погружения читателя в материал. Медиа переходят к модели вовлеченного читателя.

Телевидение и электронные СМИ активно используют маркетинговые механизмы, поскольку успешное функционирование СМИ сегодня невозможно без продвижения бренда издания, работы редакции с репутационным менеджментом, персональным брендингом, блогами. Одним из главных маркетинговых инструментов становится SMM («ведение страниц в соцсетях»). Выбор площадок для присутствия бизнеса – ключевой момент в разработке SMM-стратегии. Названы, например, ТОП10 каналов коммуникации (по опросам маркетологов и PR-специалистов), среди которых есть телевидение, печатная пресса и e-media [13].

«World-of-mouth 60,6 %  
e-commerce 57,1 %  
ТВ 54,1 %  
Социальные сети 53,8 %  
Пресса 44,6 %  
Direct 36,7 %  
YouTube 33,9 %  
e\_СМИ 26,4 %  
Блогеры 22 %».

Создателями информационного продукта используются всевозможные метрики трафиков и лояльности к медиа, собираются данные анализа хэштегов и комментариев к публикациям, сравнивается результативность аккаунтов, замеряются параметры аудитории (уникальные посетители; демографические данные) и охват постов; фиксируются количество и глубина просмотров. Ставится вопрос создания единой системы метрик для всех экосистем. Осуществляется жесткая конкуренция за сервисы и мобильные приложения изданий. Широкое распространение получают креативные технологии вовлечения пользователей. Чаще всего методом проб и ошибок медиа все-таки находят свой фокус и основное направление развития.

Значительно увеличивается интерес редакций к специалистам, владеющим техническими навыками, формируются SMM-отделы, которые изучают информационный рынок, вовлекают аудиторию в процесс производства информации, тем самым добиваются значительного увеличения трафика. Сегодня штат редакций пополняют SMC-менеджеры, призванные заботиться о подлинности источников и «через ретрансляцию, поддержку, эмоциональные инструменты – приручить, вписать в существующий контекст или сложить из таких источников отдельный контекст» [14]. SEO-специалисты оптимизируют работу сайтов, заботясь о его узнаваемости в поисковых системах.

Основы конвергенции в России были заложены еще в 90-е г., когда главный редактор газеты «Коммерсант» Владимир Яковлев создал «Объединенную редакцию» в формате Издательского дома «Коммерсант». С тех пор, как отмечают исследователи, «практически повсеместно происходит «слияние редакции традиционного СМИ и редакции сайта; появляются сотрудники и подразделения, отвечающие за техническую сторону сайта и за подачу материалов на различных платформах» [2], используются механизмы упрощения редакционных процессов обработки и размещения материалов.

Ядром редакции является «SuperDesk», от которого расходятся задания по контент-группам, охватывая весь штат редакции, а затем уже исполненные работы возвращаются обратно. «Тематические редакционные отделы являются своеобразной оболочкой, из которой и поступает основной материал для бесперебойной работы «SuperDesk»; потоки коммуникации становятся сегментированными, четко направленными по назначению «руководитель–сотрудник–руководитель» [9].



Большинство редакций ориентировано на производство дешевого, простого мультимедийного контента. Отсюда уходит аналитичность как способ проникновения журналистов в проблемные ситуации действительности. Это «выхолостило журналистскую школу. В интернете она оказалась без корней, без понимания и без стиля» [11].

На развитие медиапространства оказывают влияние и деструктивные факторы. По мнению главного редактора журнала «Секрет фирмы», «в эру цифровой журналистики мы увлеклись технологией и сместили фокус с журналистики на growth hacks и дистрибуцию... Но эти проценты очень важны. Люди должны иметь картину событий и объяснения, что за ними стоит, – от профессионалов, настроившихся установить истину. Как все было на самом деле – этим вопросом занимается журналистика, и поэтому она – важный и влиятельный институт» [8].

Увеличение объема фейковых новостей способствует нарастанию напряженности в информационных войнах, вызывает негативные последствия [5]. Фейкньюс, к которым относят и пропаганду, и скрытую рекламу, и откровенно выдуманные истории рассматривается сегодня как разновидность стратегической коммуникации. Стоит вопрос дистрибутирования новостей, разными информационными структурами отработывается система проверки данных (фактчекинг), но механизмы контроля за качеством и достоверностью информации пока не работают в широком масштабе.

Фундаментальные изменения в медиаиндустрии вызвали повышенный интерес научного сообщества, изучающего феномены цифровой журналистики. В научном дискурсе отмечаются системные изменения медиаотрасли: поиск новых форм организации деятельности; монетизация информационного продукта; протекционизм по отношению к отдельным медиа; «появление новых типов акторов (блогеры); конкуренция и кооперация игроков сетевого пространства. В научных работах отмечается, что цифровизация медиа привела к коренным изменениям в проблемно-тематическом и жанровом диапазоне, пересмотру коммуникационных стратегий и способам монетизации изданий, поколенческому сдвигу [1; 7]. В отдельных работах делается акцент на изменении жанровой структуры медиапродуктов и тематики СМИ; методов и приемов профессиональной деятельности [6].

Во многих исследованиях отмечается рождение data-журналистики. Цифровые хранилища больших массивов данных (статистические сводки, графики, списки, карты) становятся источником аналитических и расследовательских материалов, исторических сюжетов и новостных программ. Располагая статистикой, основанной на Big Date [16], журналисты могут добавить к ним анализ, контекст, объяснение и рассказ.

В научном дискурсе обсуждаются проблемы влияния сетевых ресурсов на правительство, социальные институты и социальные группы, гражданский медиаактивизм. С одной стороны, отмечается, что сетевые медиа играют большую роль в установлении доверительных отношений с обществом [17; 20], расширении прав и свобод граждан, участии граждан в политических решениях, урегулировании кризисов [23]. С другой стороны, для мобилизации политических групп, активизации протестных действий предлагаются истории и нарративы в контексте арт-интервенций, флешмобов или перформансов [4]. Эксперты отмечают многократное усиление как положительного, так и отрицательного влияния социальных медиа на политические процессы, поскольку «в руках правительства появляется новый инструмент для продвижения своих интересов, влияния на население, а также обеспечения национальной безопасности» [21].

Новые цифровые технологии радикально изменили существующие традиционные средства массовой информации. СМИ переходят в Интернет-формат; рождаются массмедиа, не имеющие печатных аналогов; крупные СМИ начали инвестировать в создание собственного пишущего робота; повышаются требования к технической

грамотности сотрудников СМИ; изменяется медиапотребление; модифицируется коммуникативное поведение аудитории. Встает вопрос, во-первых, о создании условий для подготовки кадров цифровой экономики; во-вторых, формирование системы образования, нацеленной на обеспечение цифровой экономики высококвалифицированными кадрами; в-третьих, изменение рынка труда в связи с требованиями цифровой экономики; в-четвертых, создание системы мотивации, направленной на стимулирование людей к освоению новых навыков, необходимых для жизни и работы в цифровую эпоху.

Инновационные технологии, связанные с цифровизацией, изменили работу редакционных коллективов и журналистов, само медийное производство. «Цифровая экономика» вторгается сегодня в сферу медиаиндустрии. Медиарынок нуждается в специалистах с новыми коммуникационными компетенциями. Вузы нацеливают выпускников на получение таких навыков, которые позволят их применять не только в творческо-технологической, но и предпринимательской и управленческой деятельности, что, несомненно, поможет им продвигать в цифровой среде на разных информационных платформах собственные медиапроекты, использовать все ипостаси в создании информационного продукта – от автора до продюсера [9].

Учебным заведениям, готовящим кадры для медиаиндустрии 2020-х гг., необходимо учитывать последние тенденции развития медиасферы и опережать инновационные процессы, перестраивать работу, акцентировать внимание не столько на технологии подготовки, сколько на содержании предъявляемых аудитории текстов.

### Список литературы

1. Амзин, А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. – URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf> (дата обращения: 12.01.2020). – Текст : непосредственный.
2. Вырковский, А. В. Мультимедийные элементы в современном медиатексте / Вырковский, А. В., Галкин, М. Ю., Колесниченко А. В. и др. – Текст : электронный // Медиаскоп. – 2017. – № 3. – URL: <http://mediascope.ru/2364> (дата обращения: 20.01.2020).
3. Гавра, Д. П. Заменят ли блогеры журналистов? Институциональные и неинституциональные игроки на пересечении медиа и сетевого пространств / Д. П. Гавра, В. В. Декалов. – Текст : непосредственный // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2018. – Т. 10. – № 3–2. – С. 75–81.
4. Гамбарато, Р. Р. Панорама российских трансмедиа: опыт картирования мультиплатформенных инициатив / Р. Р. Гамбарато, Е. Г. Лапина-Кратасюк, О. В. Мороз. – Текст : непосредственный // ШАГИ, Россия. – 2017. – Т. 3. – № 2. – С. 21–46.
5. Ильченко, С. Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации / С. Н. Ильченко – Текст : непосредственный // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2016. – № 3 (153). – С. 14–18.
6. Киуру, К. В. Digital-жанры современного медиатекста: Pin, Insta, Twit / К. В. Киуру. – Текст : непосредственный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2016. – № 1 (18). – С. 39–42.
7. Ковалева, Н. Б. Медиаобразовательные перспективы рефлексивно-позиционного развития личности и способностей учащихся / Н. Б. Ковалева. – Текст : непосредственный // Медиаобразование. Media Education. – 2017. – № 1. – С. 9–12.

8. Кононов, Н. «Мы превращаем читателя в инфонаркомана»: спикеры Media Makers 2015 о состоянии индустрии / Н. Кононов. – Текст : непосредственный // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – С. 30.
9. Мочанова, О. И. Аспекты социального управления процессами коммуникации в современной редакции / О. И. Мочанова. – Текст : непосредственный // Вестник науки Сибири. – 2018. – № 1 (28). – С. 51–63.
10. Ольшанский, Д. SMM-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга / Д. Ольшанский. – Текст : непосредственный // Наука и инновации. – № 9 (1.75). – Сентябрь 2017. – С. 59–63.
11. Паранько, С. Инструментарий и навыки журналиста / С. Паранько. – Текст : электронный // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – С. 6–30.
12. Пуля, В. Журналист-дирижер и пять уровней восприятия медиа медиаконвергенции / В. Пуля. – Текст : электронный // Медиаконвергенция, которая изменила мир? : Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М. С. Корнева. – М.: РГГУ, 2014. – URL: <http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336> (дата обращения: 12.01.2020).
13. Текущие и грядущие тренды SMM 2019-2020 // Cocodo Brando. – URL: <https://cocodobrando.com/smm-trends> (дата обращения: 20.01.2020). – Текст : электронный.
14. Тулупов, В. В. Журналистика и журналистское образование в современных условиях / В. В. Тулупов. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия Филология. Журналистика. – 2019. – № 1. – С. 155–160.
15. Уразова, С. Л. Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект / С. Л. Уразова. – Текст : непосредственный // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского, 2011. – № 5 (1). – С. 287–293.
16. Шерстюкова, М. Н. Дата-журналистика как новое направление в системе средств массовой коммуникации / М. Н. Шерстюкова. – Текст : электронный // Медиа. Информация. Коммуникация. Междунар. журнал. – URL: <http://mic.org.ru/1-nomer-2012/65-1-shestukova-2> (дата обращения: 20.12.2019).
17. Bertot, J. C. The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations / J. C. Bertot, P. T. Jaeger, D. Hansen. – Текст : непосредственный // Government Information Quarterly. – 2012. – № 29 (1). – С. 30–40.
18. Evens, T. Television distribution: Economic dimensions, emerging policies / T. Evens. – Текст : непосредственный // Telematics and Informatics. – Vol. 33. – Issue 2. – Belgium, 2016. – P. 661–664.
19. Lehtisaari, K. Media Convergence and Business Models: Responses of Finnish Daily Newspapers / K. Lehtisaari, K. Karppinen, T. Harjuniemi, M. Grönlund, C.-G. Linden, H. Nieminen, A. Viljakainen. – Текст : непосредственный // Communication Research Centre CRC, Department of Social Research, University of Helsinki. – 2012. – 58 p.
20. Leston-Bandeira, C. How deeply are parliaments engaging on social media? / C. Leston-Bandeira, D. Bender. – Текст : непосредственный // Information Polity: The International Journal of Government & Democracy in the 15. Information Age. – 2013. – № 18(4). – С. 281–297.
21. Linders, D. From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media / D. Linders. – Текст : непосредственный // Government Information Quarterly. – 2012. – № 29 (4). – С. 446–454.
22. Westlund, O. Accessing the news in an age of mobile media: Tracing displacing and complementary effects of mobile news on newspapers and online news / O. Westlund,

O. M. Fardigh. – Текст : непосредственный // *Mobile Media & Communication*. – 2015. – № 3 (1). – P. 53–74. – DOI: 10.1177/2050157914549039.

23. Xialing, Lin Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media / Lin Xialing, P. R. Spence, T. L. Sellnow, K. A. Lachlan. – Текст : непосредственный // *Computers in human behavior*. – 2016. – № 65. – P. 601– 605.

## NEW TECHNOLOGIES OF MEDIA PRODUCTION: ACHIEVEMENTS AND COSTS

**G. S. Melnik**

*Saint Petersburg State University, Saint-Petersburg, melnik.gs@gmail.com*

*The purpose of the article is to consider the features of media production associated with technological changes in the media industry. Positive and negative factors affecting the production of the media product and its perception by the audience are noted. On the one hand, media industry standards are being formed, editorial offices are being rebuilt, new structures (SMM departments) are being formed, taking into account media consumption changes, information delivery channels are changing, mobile publishing applications for publications are being created, a new information product is being created on multi-platforms. Creative media projects and technologies for their promotion are born, and data journalism, which is a digital news Bank, appears. In the " virtual " information environment, mass media help a person to carry out such activities as cognitive, communicative, forming a community with a certain range of interests, and stimulating the development of interpersonal relationships. On the other hand, there is a monetization of the information space and the orientation of network media to the production of cheap content, which simplifies the texts. The number of fake news that changes the picture of life is increasing. Editions are guided only by the needs of the audience. Media competes with video publishing and sharing servers (YouTube), photo publishing and sharing services (Instagram) and social networks (Facebook, MySpace, etc.). The unprecedented development of digital journalism requires researchers to quickly understand the new professional areas of the media industry, the tasks of producing relevant and informative content, as well as the formation of new quality standards in journalistic practice.*

**Key words:** media production, digitalization, destructive factors, design factors, information security.

### References

1. Amzin, A., Galustyan, A., Gatov, V., Castels, M., Kulchitskaya, D., Loseva, N., Parks, M., Paranko, S., Silantyeva, O. & Van der Haak, B. (2016). *Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012-2016* [How new media have changed journalism. 2012-2016]. Yekaterinburg: University of the Humanities. 304 p., available at: <http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf> (accessed: 12.01.2020). (In Russ.)
2. Vyrkovsky, A. V., Galkin, M. Yu. & Kolesnichenko, A. V. (2017). *Mul'timediynnye elementy v sovremennom mediatekste* [Multimedia elements in modern media text]. Mediaskop [Mediascope]. 3, available at: <http://mediascope.ru/2364> (accessed: 20.01.2020). (In Russ)
3. Gavra, D. P., Dekalov, V. V. (2018) *Zamenyat li blogery zhurnalistov? Institutsional'nyye i neinstitutcional'nyye igroki na peresechenii media i setevogo prostranstvo* [Will bloggers replace journalists? Institutional and non-institutional players at the intersection of media

and network spaces]. *Istoricheskaya i sotsio-obrazovatel'naya myisl* [Historical and socio-educational thought]. Vol. 10. No. 3–2. P. 75–81.

4. Gambarato, R. R., Lapina-Kratasyuk, E. G. & Moroz O. V. (2017). Panorama rossiyskikh transmedia: opyt kartirovaniya mul'tiplatformennykh initsiativ [Panorama of Russian transmedia: the experience of mapping multi-platform initiatives]. *SHAGI, Rossiya* [STEPS, Russia]. Vol. 3, 2, pp. 21–46. (In Russ).

5. Ilchenko, S. N. (2016). Feykovaya zhurnalistika kak element sovremennoy shou-tsvivilizatsii [Fake journalism as an element of modern show civilization]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* [News of the Ural Federal University. Ser. 1. Problems of education, science and culture]. 3 (153), pp. 14–18. (In Russ).

6. Kiuru, K. V. (2016). Digital-zhanry sovremennogo mediateksta: Pin, Insta, Twit [Digital genres of modern media text: Pin, Insta, Twit]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of mediaeducation]. 1 (18), pp. 39–42. (In Russ.).

7. Kovaleva, N. B. (2017). Mediaobrazovatel'nyye perspektivy reflektivno-pozitsionnogo razvitiya lichnosti i sposobnostey uchashchikhsya [Media educational prospects of the reflective-positional development of the personality and abilities of students]. *Mediaobrazovaniye. Media Education* [Media Education]. 1, pp. 9–12. (In Russ).

8. Kononov, N. (2016). «My prevrashchayem chitatelya v infonarkomana»: spikery Media Makers 2015 o sostoyanii industrii [“We Turn the Reader Into a Drug Addict”: Media Makers 2015 Speakers on the State of the Industry]. *Kak novyye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016* [Cit. By: How New Media Changed Journalism. 2012–2016]. Yekaterinburg: University of the Humanities. P. 30. (In Russ).

9. Mochanova, O. I. (2018). Aspekty sotsial'nogo upravleniya protsessami kommunikatsii v sovremennoy redaktsii [Aspects of social management of communication processes in the modern edition]. *Vestnik nauki Sibiri* [Bulletin of Siberian Science]. 1 (28), pp. 51–63. (In Russ.).

10. Olshansky, D. (2017). SMM-prodvizheniye kak effektivnyy instrument internet-marketing [SMM-promotion as an effective tool for Internet marketing]. *Nauka i innovatsii* [Science and Innovation]. 9 (1.75), September, pp. 59–63. (In Russ.).

11. Paranko, S. (2016). Instrumentariy i navyki zhurnalista [Instrumentation and skills of a journalist]. *Kak novyye media izmenili zhurnalistiku. 2012-2016* [How new media have changed journalism. 2012-2016]. Yekaterinburg: University of the Humanities, pp. 6–30. (In Russ).

12. Pulya, V. (2014). Zhurnalist-dirizher i pyat' urovney vospriyatiya media mediakonvergentsii [Journalist conductor and five levels of perception of media media convergence]. *Mediakonvergentsiya, kotoraya izmenila mir? Sbornik statey k otkrytoy sessii po mediakonvergentsii / pod red. M. S. Korneva* [Media convergence that changed the world? / Collection of articles for an open session on media convergence / ed. M. S. Korneva]. M.: Russian State Humanitarian University, available at: <http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336> (accessed: 20.01.2020). (In Russ).

13. Current and future trends of SMM 2019-2020 (2019). [Tekushchiye i gryadushchiye trendy SMM 2019-2020]. *Cocodo Brando*, available at: <https://cocodobrando.com/smm-trends> (accessed: 20.01.2020) (In Russ).

14. Tulupov, V. V. (2019). Zhurnalistika i zhurnalisticheskoye obrazovaniye v sovremennykh usloviyakh [Journalism and journalistic education in modern conditions]. *Vestnik Voronezhskogo gos. un-ta. Seriya Filologiya. Zhurnalistika* [Bulletin of the Voronezh State University. Series Philology. Journalism]. 1, pp. 155–160. (In Russ).

15. Urazova, S. L. (2011). Konvergentsiya kak faktor zhiznesposobnosti mass-media v tsifrovoy srede. Teoreticheskiy aspekt [Convergence as a factor in the viability of the media in the digital environment. Theoretical aspect]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta*

in. N. I. Lobachevskogo [Bulletin of the Nizhny Novgorod University]. 5 (1), pp. 287–293. (In Russ).

16. Sherstyukova, M. N. (2012). Data-zhurnalistika kak novoye napravleniye v sisteme sredstv massovoy kommunikatsii [Data journalism as a new direction in the system of mass communication]. *Media. Informatsiya. Kommunikatsiya. Mezhdunar. zhurnal* [Media. Information. Communication. Int. Journal], available at: <http://mic.org.ru/1-nomer-2012/65-1-shestukova-2> (accessed: 20.12.2019) (In Russ).

17. Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Hansen D. (2012). The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations. *Government Information Quarterly*. 29 (1), pp. 30–40.

18. Evens, T. (2016). Television distribution: Economic dimensions, emerging policies. *Telematics and Informatics*. Vol. 33. Issue 2. Belgium. Pp. 661–664.

19. Lehtisaari, K., Karppinen, K., Harjuniemi, T., Grönlund, M., Linden, C.-G., Nieminen, H. & Viljakainen, A. (2012). Media Convergence and Business Models: Responses of Finnish Daily Newspapers. *Communication Research Center CRC, Department of Social Research, University of Helsinki*. 58 p.

20. Leston-Bandeira, C. & Bender, D. (2013). How deeply are parliaments engaging on social media? *Information Polity: The International Journal of Government & Democracy in the 15. Information Age*. 18 (4), pp. 281–297.

21. Linders, D. (2012). From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media. *Government Information Quarterly*. 29 (4), pp. 446–454.

22. Westlund, O., Fardigh O. M. (2015). Accessing the news in an age of mobilemedia: tracing displacing and complementary effects of mobile news on newspapers and online news. *Mobile Media & Communication*. 3 (1), pp. 56–63.

23. Xialing, Lin, Spence, P. R., Sellnow, T. L. & Lachlan, K. A. (2016). Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media. *Computers in human behavior*. 65, pp. 601–605.

**Мельник Галина Сергеевна**, доктор политических наук, профессор кафедры цифровых медиакоммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет.  
[melnik.gs@gmail.com](mailto:melnik.gs@gmail.com)

УДК 070

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10408

**РЕГИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:  
УСПЕШНЫЙ ОПЫТ ПРОДВИЖЕНИЯ «ОТВ» (ЧЕЛЯБИНСК)  
И «ОТВ» (ЕКАТЕРИНБУРГ)**

***Е. В. Софьина***

*Челябинский государственный университет, Челябинск*

***А. А. Журавлева***

*Челябинский государственный университет, Челябинск*

*Статья посвящена анализу продвижения регионального телевидения в социальных сетях на примере пабликов челябинского телеканала «ОТВ» и екатеринбургского телеканала «ОТВ». Наиболее рейтинговыми и значимыми социальными сетями для челябинского телеканала стали ВКонтакте, YouTube, Одноклассники и Instagram, а для екатеринбургского – YouTube, Instagram и ВКонтакте. В ходе исследования авторы стремятся выявить наиболее успешные стратегии продвижения телеканалов в социальных сетях и наиболее эффективные методы работы с интернет-аудиторией пабликов.*

**Ключевые слова:** отечественное телевидение, региональное телевидение, социальные сети, паблики телеканалов, продвижение, интернет-аудитория.

Социальные сети, как система массовой коммуникации, сегодня является самой часто посещаемой платформой для общения пользователей. С каждым годом расширяются возможности, возрастает значимость социальных сетей для пользователей. Именно поэтому некоторые группы телеканалов в социальных сетях уже становятся полноценными средствами массовой информации, специфику работы которых определяет новая технологическая среда, ставшая важнейшей коммуникационной площадкой XXI века и диктующая новые условия не только СМИ, но и медиарынку в целом. Сегодня интернет-аудитория может самостоятельно отбирать информацию и активно участвовать в работе средств массовой информации – от простого диалога и обсуждений до размещения собственных видеоматериалов и отстаивании своего мнения в решении важных социальных проблем.

Цель исследования: рассмотреть паблики челябинского «ОТВ» и екатеринбургского «ОТВ» в социальных сетях и сравнить стратегии их продвижения, выявив приоритетные направления, а также определить полноту использования телеканалами возможностей, предоставляемых социальными сетями.

Методы исследования: структурно-функциональный метод, статистический анализ, наблюдение, метод описания, сравнительный анализ, дедуктивный метод, обобщение, синтез. Структурный принцип и системный подход являются методологической базой и применяются в ходе всего исследования.

Изучением социальных сетей активно занимались и продолжают заниматься очень многие исследователи. Необходимо отметить работу А. Г. Мирумьян, в которой были выделены основные функции социальных сетей – коммуникативная, развлекательная, информационная и коммерческая [6], статью А. С. Воронкина [2], где социальные сети изучались в формально-содержательном, эволюционном и других аспектах, диссертационное исследование А. Е. Джазояна «Трансформация журналистской деятельности в современном медиапространстве» [3], где уделено

значительное внимание проблемам влияния социальных сетей на журналистику, а также одно из последних исследований – статью Т. Ф. Мельниковой, Р. Н. Азнабаевой и Н. М. Конкабаевой [5], в которой соцсети рассматриваются как средство массовой коммуникации в современном обществе. Обширных же научных исследований, посвященных изучению взаимодействия регионального телевидения и социальных сетей, не так много. В 2013 году диссертационное исследование Л. А. Биткова [1] стало одним из первых, посвященных анализу результатов выхода телевидения на площадки социальных сетей. В 2018 году вышла статья Г. Г. Щепиловой и Л. А. Кругловой [11], исследующая специфику взаимодействия телевидения и социальных сетей. Среди научных работ, посвященных челябинскому телевизионному рынку можно отметить работу молодого исследователя Т. С. Калининой «Региональные телевизионные СМИ и их продвижение через социальные сети» [4]. В нашей статье мы продолжим исследовать развитие регионального телевидения в социальных сетях на примере двух уральских телеканалов – «ОТВ-Челябинск» и «ОТВ-Екатеринбург».

Телеканал «ОТВ» челябинского телевидения, в сравнении с другими каналами региона – «Южным Уралом», «31 каналом», «СТС-Челябинск», является более молодым, он начал вещание в 2003 году. Согласно рейтингу «Делового квартала», в 2014 году телеканал находился на 15 месте по доле зрителей среди всех эфирных телеканалов, выходящих в Челябинске и Челябинской области [8]. В 2020 году в ТОП-20 самых цитируемых СМИ Челябинской области (за I квартал) сайт телеканала 1obl.ru занял 2-ое место [10]. В настоящее время «ОТВ» осуществляет активное продвижение своего телеканала в пяти социальных сетях – ВКонтакте, Одноклассниках, YouTube, Facebook, Instagram, а также имеет свои страницы в Twitter и месенджере Telegram.

Прежде чем начать анализ продвижения челябинского и екатеринбургского «ОТВ» в социальных сетях, необходимо определить критерии, по которым мы будем исследовать различные паблики телеканалов: а) год создания группы телеканала в соцсети; б) число подписчиков паблика; в) контент сообществ, его периодичность, тематическое разнообразие; г) дизайн пабликов в соцсетях; д) связь с аудиторией и способы продвижения телеканала – флешмобы, конкурсы, опросы и др.

Челябинский телеканал «ОТВ» пришел в социальные сети в 2011 году. Его первой официальной группой стала страница ВКонтакте, на которую сегодня подписано 64,2 тыс. человек. Все статистические данные по пабликам, указанные в статье, были собраны в июне-июле 2020. Все записи в группе выстроены по единому для многих региональных телеканалов структурному принципу: заголовок, краткое описание и ссылка на сюжет с официального сайта – 1 obl.ru. Контент в группе ежедневно обновляется. В ленте новостей можно увидеть не только текстовые записи, но также видеоматериалы и анимацию. Спектр тем чрезвычайно широк – от остросоциальных публикаций до материалов развлекательного характера: тестов, гороскопов, курьезных новостей и т. д. Периодичность выхода публикаций в сутки – 25 материалов (в среднем). Количество просмотров в день варьируется от 2 тыс. до 6 тыс., в зависимости от важности и резонансности размещаемых новостей. Связь с аудиторией в паблике активно поддерживается, новости сопровождаются обсуждениями в комментариях подписчиками группы. Лайки и репосты также присутствуют под постами паблика, однако их количество, по сравнению с общим числом подписчиков, не столь велико, тем не менее, этот аудиторный отклик находится в общем русле тенденций, характерных для новостных пабликов ВКонтакте в целом – снижение общего количества лайков и комментариев к «среднестатистическим» новостям.

В паблике челябинского «ОТВ» имеется два «обсуждения»:

1) «Тема для наших правил»: здесь можно познакомиться с правилами сообщества, тема закреплена и закрыта;



2) «Тема для ваших новостей» (в настоящий момент – 182 сообщения): здесь любой посетитель может оставить свою новость и таким образом принять участие в выпуске новостей.

В сообществе телеканала постоянно размещается интерактивно настроенный контент, проводятся разнообразные конкурсы для подписчиков. Имеются пять кнопок в меню группы для быстрого перехода по темам. В настоящее время это следующие темы:

1) «Все о Covid-19»: перейдя по ней, пользователь получит подробную и актуальную информацию о вирусе, а также узнает номера горячих линий в регионе и стране.

2) «Время новостей»: при переходе на эту страницу пользователь получает доступ к ежедневным выпускам новостей в полной версии.

3) «Тесты»: при переходе к этой теме пользователю открывается окно с ссылками на все актуальные тесты. В настоящий момент в группе представлены два теста: «Насколько хорошо вы знаете основы Конституции России?» и «Что вы знаете про Деда Мороза?».

4) «Болеем за Трактор»: перейдя в этот раздел, аудитория получает информацию о трансляциях хоккейных матчей «Трактора» и может перейти по ссылке, предоставленной для их просмотра в онлайн-режиме.

5) «Статьи»: при выборе этой темы пользователь попадает в «библиотеку» материалов, написанных журналистами телеканала специально для группы ВКонтакте. Их можно отсортировать по дате публикации, либо по рейтингу (от самой интересной – к менее интересной).

Осенью 2020 года две из этих пяти тем – «Тесты» и «Статьи» – были удалены из паблика.

В разделе «Видеозаписи» находятся специальные репортажи, записи прямых трансляций и разнообразные сюжеты, каждый пользователь самостоятельно сможет найти нужный ему телевизионный материал. В описании группы также размещены ссылки на разнообразные онлайн-площадки телеканала: группы в других соцсетях, сайт, страницы отдельных популярных телепрограмм канала ВК и др. В «Контактах» паблика указаны редактор новостей, менеджер по рекламе, а также размещены адрес электронной почты и номер телефона, по которому можно связаться с редакцией.

«ОТВ» основал свой канал на YouTube в августе 2011-го года и за 9 лет набрал 16,6 миллиона просмотров и 27301 подписчика. В хронике канала содержатся как новостные выпуски (полный вариант), так и отдельные сюжеты, а также отдельные рубрики и авторские программы телеканала. В разделе «О канале» можно найти ссылки на паблики телеканала в других социальных сетях, а по указанному в описании номеру сообщить о новой, эксклюзивной новости журналистам телеканала.

В 2014-м году паблик челябинского «ОТВ» появился в «Одноклассниках», в настоящее время здесь свыше 17 тысяч участников (темы: 46894, фото: 32449, видео: 2557). Данная группа, несмотря на то, что новостной контент постоянно пополняется свежими материалами, полностью дублирует (и идейно, и содержательно, и стилистически) паблик телеканала ВКонтакте. Связь с аудиторией на этой медиаплощадке вполне успешно осуществляется, подписчики принимают активное участие в обсуждении новостей: ставят оценки, оставляют комментарии к новостям, делают репосты. Как и паблике ВК, аудитории предлагается поучаствовать в информационном наполнении телеканала: любой пользователь может поделиться с телеканалом своей интересной новостью. В описании группы также указаны номера телефонов, по которым можно дозвониться в редакцию. Кроме того, под описанием находится ссылка на сервис сайта «Онлайн ТВ» – площадка, на которой размещаются актуальные анонсы в режиме реального времени.

«ОТВ-Челябинск» имеет и собственный Instagram, на который сегодня подписано 13453 человека, а число публикаций составляет более 3-х тысяч. Для максимального

облегчения поиска необходимой информации введен тематический рубрикатор: спорт, погода, персона, общество, происшествия, общество.

Instagram-платформа телеканала также представлена достойно, контент постоянно обновляется: главные региональные новости, спортивные новости, краткие анонсы сюжетов, прогноз погоды. Публикации представлены как в текстовом варианте, так и в видеоформате. Выкладываются наиболее интересные сюжеты, показанные телеканалом в выпусках новостей. Тематическое наполнение так же, как и в группе ВКонтакте, достаточно разнообразно: политика, социальные проблемы, культура и другие темы, различные советы, рекомендации и др. Достаточно редко в данной паблике появляется реклама.

Отклик от подписчиков на этой медиaplощадке телеканала больше, чем у группы во ВКонтакте: большое количество просмотров, лайков и комментариев. Этому способствует активное размещение важной ежедневной информации, публикуемой в историях, сохраненные прямые эфиры и «вечные сторис», а также возможность посмотреть так называемые сериалы (длинные сюжеты) в Instagram. Для привлечения аудитории, активизации внимания и удержания ее в своем информационном поле «ОТВ-Челябинск» проводит в этой соцсети конкурсы, розыгрыши призов, разнообразные акции и др. Раздел «Актуальное» на странице телеканала помогает узнать интернет-аудитории информацию о нынешних и предстоящих конкурсах и акциях. Как и в предыдущих пабликах телеканала, здесь также есть свой «интерактивный набор» для пользователя: любой желающий, сделавший красивое фото города, сможет стать одним из авторов Instagram-аккаунта телеканала. Фотография будет размещена в группе. Instagram телеканала вполне успешен и отвечает всем запросам современной аудитории.

Группа челябинского «ОТВ» в Facebook была открыта в апреле 2011 года, сегодня на нее подписано 3075 человек. Однако этот результат нельзя назвать успешным, как и выбранную стратегию продвижения телеканала в этой социальной сети – дублирование новостного контента с сайта телеканала. Также традиционно и стандартно оформление публикаций в группе – заголовок и ссылка на источник. На стратегические просчеты указывает и отсутствие обратной связи: пользователи не оставляют свои комментарии и оценки к новостям.

В описании паблика есть интерактивная кнопка «Отправить сообщение», с помощью которой пользователь-очевидец может поделиться своей новостью и прислать пожелания, предложения в группу. Для максимального удобства подписчиков все важные фото- и видеоматериалы вынесены в специальный раздел.

В 2011 году телеканал запустил свой Twitter, на который с 2011 по 2018 годы подписалось 5320 человек. Но с 2018 года редакция телеканала остановила информационное пополнение и обновление этой медиaplощадки. Принцип работы этой группы был тот же, что и паблика в Facebook: копирование новостного контента с сайта и стандартное оформление новости.

Необходимо отметить, что «ОТВ» совсем недавно, в марте 2020 года, начал развивать свой канал в мессенджере Telegram, девиз которого – «Только важное», сегодня его активно читают 295 человек. Содержание телеграм-канала мало чем отличается от других пабликов телеканала в социальных сетях, но стоит отметить, что в нем чаще используется форма тезисного информирования без ссылки для перехода на сайт с новостью. Это визуально и содержательно значительно облегчает информацию, аудитории становится намного удобнее ее читать и легче воспринимать. Обновление происходит ежедневно: 8–10 сообщений в сутки (в среднем).

Итак, приоритетными, опорными социальными сетями для продвижения челябинского «ОТВ» являются ВКонтакте, YouTube, Одноклассники, Instagram и Facebook. Лидерами по количеству подписчиков и активности ведения самих пабликов стали медиaplощадки

телеканала во ВКонтакте, на YouTube, в Одноклассниках и Instagram. Паблики в этих социальных сетях демонстрируют отличный контакт со своей аудиторией: подписчики активны, с ними есть обратная связь, аудитория пабликов постоянно растет, SMM-сотрудники телеканала грамотно используют все возможности платформ. «ОТВ» успешно развивается, расширяет зону своего влияния, активно наращивает аудиторию и увеличивает количество молодых интернет-зрителей, вовлекая их в информационное поле телеканала. Ведущие паблики телеканала функционируют как самостоятельные медиаплатформы – онлайн-аналоги традиционного телевизионного СМИ в социальных сетях. Среди телеканалов челябинского телевидения, «ОТВ» – наиболее динамично развивающийся канал, продвижение которого в социальных сетях может служить примером для других региональных медиа.

Рассмотрим теперь деятельность в социальных сетях телеканала «ОТВ-Екатеринбург», основанного в декабре 1997 года. Его полное название – Свердловское областное телевидение. В рейтинге фонда ВЦИОМ за 2019 год данный телеканал занимал 14 место по популярности среди всех телеканалов, выходящих в телеэфир Екатеринбурга и Свердловской области, имея при этом долю зрителей 36% [7], а в рейтинге Медиалогии ТОП-25 самых цитируемых СМИ Свердловской области (I квартал 2020 года) телеканал занимает 16 место [9]. В настоящее время «ОТВ» ведет продвижение в семи социальных сетях и мессенджерах: YouTube, Twitter, ВКонтакте, Facebook, Одноклассниках, Instagram и Telegram.

В марте 2009 года на видеохостинге YouTube была запущена первая интернет-площадка свердловского областного телевидения, которая активно развивается и сегодня. Летом 2020 года YouTube-канал «ОТВ» набрал свыше 5,2 миллиона просмотров и 57322 подписчика. На странице канала имеется раздел с плейлистами, что значительно облегчает поиск и просмотр нужного видео. Ежедневно в онлайн-эфир YouTube-канала «ОТВ» выходит вечерний выпуск новостей, который транслируется одновременно и на сайте obltv.ru. Помимо этого, на канале три раза в неделю размещаются небольшие видео для научно-познавательной рубрики «Проверь себя», хронометраж – от 1 до 2 минут. Совсем недавно данная рубрика начала дублироваться и в профиле телеканала в Instagram.

В 2010 году «ОТВ» открыл свою группу в Twitter. Несмотря на то, что многие страницы других аудиовизуальных СМИ на этой платформе перестают существовать, областное телевидение Свердловской области уже 10 лет продолжает информировать своих читателей в Twitter обо всех самых актуальных новостях. Профиль телеканала в Twitter активно читают 3468 человек, и это несмотря на то, что выкладываемые новости тождественны с новостным контентом его сообществ в других социальных сетях.

Внешний вид публикаций в силу специфики данной медиаплощадки незначительно изменен: описание новостной заметки минимально, однако на смену ему приходят несколько хэштегов для быстрого доступа к записям этой же темы. Оценки и комментарии читатели оставляют редко. Для обратной связи здесь не указаны контакты, что является незначительным, но все же недостатком.

Наиболее активная деятельность телеканала сегодня ведется в группе ВКонтакте, которая была основана в январе 2011 года. Количество подписчиков группы в 2020 году – 15847 человек. Здесь, как и у челябинского телеканала «ОТВ», можно сразу заметить серьезный подход к дизайну страницы, наполнению группы и использованию в полной мере всех возможностей данной медиаплощадки. В меню группы располагаются следующие кнопки быстрого доступа к основным разделам страницы:

1) «Видео»: при переходе пользователь попадает на страницу с альбомами, в которых размещены видеозаписи группы. Все максимально удобно систематизировано

и сгруппировано; видеоматериалы подписаны в соответствии с их тематикой и хронологическим порядком;

2) «Фотоальбомы»: данный раздел предоставляет пользователю доступ к большому количеству фотоальбомов на разнообразную тематику: «9 мая. Команда ОТВ за работой», «Пасха 2020», «Суворовцы на ОТВ», «Куклы» и др.;

3) «Статьи»: здесь в печатном формате размещены материалы о главных новостях в стране и регионе. Стоит отметить, что на данный раздел подписаны 13 831 человек;

4) «Обсуждения»: всего в данном разделе 11 «обсуждений», однако их количество может меняться, потому что каждое из них – это программа телепередач одного дня, и, как правило, обсуждения выкладывают на 10 дней вперед, а устаревшие удаляют. С нашей точки зрения, это очень интересный и удобный интерактивный раздел, преследующий цель – большой охват целевой аудитории и привлечение новых заинтересованных интернет-зрителей.

Программа передач телеканала также продублирована в разделе «Файлы» группы «ОТВ» во ВКонтакте. В разделе «Ссылки» у сообщества имеются ссылки для перехода на официальные страницы «ОТВ» в других социальных сетях, а также ссылки на шоу и программы, которые выходят на «ОТВ»:

1) «События. Итоги дня» – вечернее шоу, которое выходит по будням с 19:00 до 21:30 на «ОТВ», в нем ведущие вместе с жителями региона обсуждают самые громкие события минувшего дня;

2) «Урал. Третий тайм» – программа, посвященная футболу, в центре внимания которой – футбольный клуб «Урал», сильнейшая команда Свердловской области. В выпусках ведется разбор домашних игр, рассказывается об игроках команды, которые приглашаются в студию, анонсируются новые матчи и др.;

3) «Национальное измерение» – программа-долгожитель о традициях и культуре разных народов, которая уже 15 лет выходит в эфир (по субботам и вторникам в 12:00).

Помимо этого, в контактах группы ВК указаны трое сотрудников: менеджер для обратной связи, редактор и контент-редактор. Благодаря грамотной и слаженной работе этих сотрудников в группе адекватно настроена коммуникация с подписчиками, которые активно участвуют в обсуждениях, оценивают посты и проходят предлагаемые опросы.

С марта 2011 года екатеринбургское «ОТВ» ведет и паблик телеканала в Facebook, на который сегодня подписаны 2150 человек, отметившие его 1951 раз как «понравившийся». Дизайн этого профиля более скромный, чем, например, у групп телеканала ВКонтакте и Instagram. Несмотря на то, что новости здесь обновляются точно так же, как и на других площадках, большой работы по продвижению паблика в Facebook редакция не ведет, заполнение данных профиля ограничено только ссылкой на официальный сайт и указанием региона.

Группа екатеринбургского телеканала «ОТВ» в социальной сети Одноклассники была создана немного позднее, в 2012 году. Сегодня участников в группе 1711 человек, при этом контент настроен абсолютно так же, как и во ВКонтакте: ежедневное обновление новостей, фото и видео разделены на альбомы, имеется 25 тем для обсуждения, в которых, однако, комментарии, оценки и репосты практически отсутствуют. В меню группы размещены номер телефона редакции и электронная почта для обратной связи, а также предложение для интернет-аудитории о размещении собственных новостей.

Наиболее же стремительно развивающаяся медиаплатформа канала «ОТВ» – это его группа в Instagram. Работа по наращиванию аудитории и продвижению телеканала в этой соцсети началась в 2013 году, и за 7 лет вместе с «ОТВ» за новостями стали следить 18755 человек. В профиле опубликованы почти 2000 журналистских материалов различной тематической и функциональной направленности. В «историях» ежедневно размещаются ссылки на новости с сайта, а в «актуальном» закреплены два блока с видео:

1) «Коронавирус»: здесь закреплены фото- и видеопометки о том, насколько важно оставаться дома, а также телефоны горячих линий и спецслужб;

2) «Как смотреть ОТВ»: памятка для телезрителей, которые смотрят «ОТВ» с помощью кабельного и спутникового телевидения, а также для тех, кто «выбросил телевизор». Даны ссылки на сайт obltv.ru или на YouTube-канал, где можно смотреть онлайн-трансляцию телеканала.

На странице также размещены три кнопки быстрого доступа:

1) «Подписаться»: обязательная кнопка, необходимая для того, чтобы стать подписчиком группы и видеть в своей новостной ленте новые публикации и истории профиля;

2) «Написать»: кнопка для перехода в диалог с профилем телеканала;

3) «Контакты»: здесь можно увидеть номер телефона и электронную почту редакции (для связи альтернативным способом).

Месенджер Telegram – последняя, самая молодая медиаплощадка телеканала, работу на которой началась с сентября 2016 года; однако в настоящее время здесь всего 50 подписчиков. Лента на канале обновляется каждый час, и она кардинально отличается от того, что наполняет другие социальные сети телеканала. Например, записи могут быть следующими: прогноз погоды на ближайшие несколько дней, статистика об эпидемиологической обстановке и анализах на COVID-19 и др. В целом подобный формат размещения контента для этой медиаплатформы вполне уместен, группа информационно не перегружена.

Итак, исследуя работу пабликов Свердловского областного телевидения в важнейших для вещателя социальных сетях, можно с уверенностью сказать, что наиболее рейтинговыми и опорными для продвижения телеканала в Интернете являются YouTube, Instagram и ВКонтакте, публикации и видеоматериалы в которых интегрированы в контентную политику телеканала и полностью соответствуют ей. Паблики же в других трех соцсетях – Twitter, Facebook, Одноклассники и месенджере Telegram не играют столь важной роли в расширении аудитории телеканала и сферы его влияния. Выкладываемый на этих площадках контент, за исключением Telegram-канала, полностью дублирует новостную повестку из сообществ ведущих социальных сетей. Тройка же лидеров максимально задействована телеканалом и может гарантировать свердловскому областному телевидению прирост интернет-аудитории, дополнительную заинтересованность, именно для этого в пабликах соцсетей вводятся дополнительные рубрики, происходит активное взаимодействие с аудиторией посредством опросов, анкет, викторин, интерактивных конкурсов и других мероприятий, проводимых сообществами. Кроме того, «ОТВ-Екатеринбург», как и челябинский телеканал «ОТВ», поощряет дальнейшее расширение своего онлайн-присутствия и использование новых площадок, стремительно появляющихся в современном медиaprостранстве. Оба телеканала стараются максимально использовать технические возможности ведущих социальных сетей, рерайтить контент под каждую из них, постоянно быть на связи со своими подписчиками, что способствует увеличению охватов аудитории пабликов, которые могут стать полноценной заменой традиционным оффлайн-телевизионным СМИ в интернет-пространстве.

### Список литературы

1. Битков, Л. А. Специфика телевизионного вещания в социальных сетях в Интернете : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Битков Лев Алексеевич ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2013. – 23 с. – Текст : непосредственный.

2. Воронкин, А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ / А. С. Воронкин. – Текст : непосредственный // Образовательные технологии и общество. – 2014. – Т. 17. – № 1. – С. 650–675.
3. Джазоян, А. Е. Трансформация журналистской деятельности в современном медиапространстве : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Джазоян Ашот Егишеевич. – Москва, 2014. – 32 с. – Текст : непосредственный.
4. Калинина, Т. С. Региональные телевизионные СМИ и их продвижение через социальные сети // Т. С. Калинина. – Текст : непосредственный / Медиасреда. – 2017. – № 12. – С. 156–164.
5. Мельникова, Т. Ф. Социальные сети как средство массовой коммуникации в современном обществе / Т. Ф. Мельникова, Р. Н. Азнабаева, Н. М. Конкабаева. – Текст : непосредственный // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всероссийской научно-методической конференции. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2019. – С. 2707–2715.
6. Мирумян, А. Г. Социальные сети в системе массовой коммуникации / А. Г. Мирумян. – Текст : непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2015. – № 3 (164). – С. 125–129.
7. Оценка эффективности регионального телеканала // ВЦИОМ : [сайт]. – URL: [https://ok.wciom.ru/media/ocenka\\_effektivnosti\\_regionalnogo\\_telekanala/](https://ok.wciom.ru/media/ocenka_effektivnosti_regionalnogo_telekanala/) (дата обращения: 15.10.2020).
8. Рейтинг телеканалов в Челябинске // Деловой квартал : [сайт]. – URL: <https://chel.dk.ru/wiki/rejting-telekanalov> (дата обращения: 15.10.2020).
9. Свердловская область: рейтинг СМИ за I квартал 2020 // Медиалогия : [сайт]. – URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7502/> (дата обращения: 15.10.2020).
10. Челябинская область: рейтинг СМИ за I квартал 2020 // Медиалогия : [сайт]. – URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7541/> (дата обращения: 15.10.2020).
11. Щепилова, Г. Г. Телеканалы и социальные сети: специфика взаимодействия / Г. Г. Щепилова, Л. А. Круглова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2018. – № 3. – С. 3–16.

**REGIONAL TELEVISION ON SOCIAL NETWORKS:  
SUCCESSFUL EXPERIENCE OF PROMOTION «OTV» (CHELYABINSK)  
AND «OTV» (EKATERINBURG)**

*Sof'ina E. V.*

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, sofina1999@bk.ru*

*Zhuravleva A. A.*

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, anettazhuravleva@gmail.com*

*The article is devoted to the analysis of the promotion of regional television in social networks on the example of the publics of the Chelyabinsk TV channel “OTV” and the Yekaterinburg TV channel «OTV». The most rated and significant social networks for the Chelyabinsk TV channel were VKontakte, YouTube, Odnoklassniki and Instagram, and for the Yekaterinburg channel, YouTube, Instagram and VKontakte. In the course of the study, the authors seek to identify the most successful strategies for promoting TV channels in social networks and the most effective methods of working with the Internet audience of publics.*

**Key words:** Russian television, regional television, public television channels, social networks, promotion, Internet audience.

### References

1. Bitkov, L. A. (2013). *Spetsifika televizionnogo veshchaniya v sotsial'nykh setyakh v Internete* [Specificity of television broadcasting in social networks on the Internet] : author. dis. ... Cand. philol. Sciences: 10.01.10. Yekaterinburg, 23 p. (in Russ.).
2. Voronkin, A. S. (2014). Sotsial'nyye seti: evolyutsiya, struktura, analiz [Social networks: evolution, structure, analysis]. *Obrazovatel'nye tekhnologii i obshchestvo* [Educational technologies and society]. T. 17. 1, pp. 650–675 (in Russ.).
3. Dzhazoyan, A. Ye. (2014). *Transformatsiya zhurnalistskoy deyatel'nosti v sovremennom mediaprostranstve* [Transformation of journalistic activity in the modern media space] : author. diss. ... Cand. philol. sciences. Moscow, 32 p. (in Russ.).
4. Kalinina, T. S. (2017). Regional'nyye televizionnyye SMI i ikh prodvizheniye cherez sotsial'nyye seti [Regional television media and their promotion through social networks]. *Mediasreda* [Media environment]. 12, pp. 156–164. (in Russ.).
5. Mel'nikova, T. F., Aznabayeva, R. N. & Konkabayeva, N. M. (2019). Sotsial'nyye seti kak sredstvo massovoy kommunikatsii v sovremennom obshchestve [Social networks as a means of mass communication in modern society]. *Universitetskiy kompleks kak regional'nyy tsentr obrazovaniya, nauki i kul'tury: materialy Vserossiyskoy nauchno-metodicheskoy konferentsii* [University complex as a regional center of education, science and culture: materials of the All-Russian scientific and methodological conference]. Orenburg: Orenburg State University, pp. 2707–2715 (in Russ.).
6. Mirumyan, A. G. (2015). Sotsial'nyye seti v sisteme massovoy kommunikatsii [Social networks in the system of mass communication]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie* [Bulletin of the Adyghe State University. Series 2: Philology and art history]. 3 (164), pp. 125–129 (in Russ.).
7. Otsenka effektivnosti regional'nogo telekanala (2014). [Evaluation of the effectiveness of a regional TV channel]. *VTsIOM* [VTsIOM], available at: [https://ok.wciom.ru/media/ocenka\\_ehffektivnosti\\_regionalnogo\\_telekanala/](https://ok.wciom.ru/media/ocenka_ehffektivnosti_regionalnogo_telekanala/) (accessed 15.10.2020) (in Russ.).
8. Reyting telekanalov v Chelyabinske (2020). [Rating of TV channels in Chelyabinsk]. *Delovoy kvartal* [Business quarter], available at: <https://chel.dk.ru/wiki/rejting-telekanalov> (accessed 15.10.2020) (in Russ.).
9. Sverdlovskaya oblast': reyting SMI za I kvartal 2020 (2020). [Sverdlovsk Region: Media Rating for Q1 2020]. *Medialogiya* [Medialogy], available at: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7502/> (accessed 15.10.2020) (in Russ.).
10. Chelyabinskaya oblast': reyting SMI za I kvartal 2020 (2020). [Chelyabinsk Region: Media Rating for Q1 2020]. *Medialogiya* [Medialogy], available at: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7541/> (accessed 15.10.2020) (in Russ.).
11. Shchepilova, G. G. & Kruglova, L. A. (2018). Telekanaly i sotsial'nyye seti: spetsifika vzaimodeystviya [TV channels and social networks: specificity of interaction]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Moscow University Bulletin. Series 10: Journalism]. 3, pp. 3–16 (in Russ.).

**Софьина Елизавета Валерьевна**, студент V курса заочного отделения бакалавриата по журналистике факультета журналистики, Челябинский государственный университет.  
sofina1999@bk.ru

**Журавлева Анна Аркадьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики, Челябинский государственный университет.

[anettazhuravleva@gmail.com](mailto:anettazhuravleva@gmail.com).



## ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 37

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10409

## О НЕКОТОРЫХ ПОДХОДАХ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Абрамовских Т. А., Коптелов А. В., Ларюшкин С. А.**Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования, Челябинск*

*В статье представлен краткий анализ исследований российских ученых по проблеме «образовательная среда». В результате анализа выделены характеристики образовательной среды как педагогической категории. Рассмотрены подходы к формированию понятия «образовательная среда» в современной психолого-педагогической литературе. Дано обобщенное определение образовательной среде. Авторами раскрываются некоторые подходы к проектированию образовательной среды. Особый акцент в статье сделан на эколого-личностный подход В.А. Ясвина. Сделана попытка актуализации данного подхода в контексте современных направлений развития российского образования. Авторы обозначают ряд проблем создания современной образовательной среды в образовательных организациях: неопределенный нормативный статус понятия «образовательная среда» и отсутствие обоснованных критериев ее качества не концентрируют усилия многих педагогических коллективов на создание в образовательной организации среды, эффективно воздействующей на результаты образования. К проблемам проектирования авторы также относят: слабую обеспеченность специальным критериальным аппаратом и диагностическим инструментарием, низкий уровень профессиональной подготовленности педагогов и руководителей школ. Названы научные издания и существующие практики, в которых представлены апробированные диагностики и методики проведения экспертизы и проектирования образовательной среды. Новизна и практическая значимость статьи заключается в представлении лучших практик проектирования образовательных сред в образовательных организациях г. Челябинска и г. Магнитогорска.*

**Ключевые слова:** образовательная среда, подходы к проектированию образовательной среды, компоненты современной образовательной среды, гуманистическая парадигма образования.

Проблема образовательной среды и ее влияния на качество и эффективность образования занимает в современной образовательной практике одно из ключевых позиций. Традиционно понятие среда в педагогике определяется как совокупность условий, влияющих на развитие и формирование способностей, потребностей, интересов личности. Воздействие среды на образовательный процесс и его результаты эпизодически представляло интерес для отечественных ученых-педагогов на протяжении долгого времени. В исследованиях рассматривались в основном роль и значение среды в воспитании человека. Например, П.Ф. Каптерев предлагал создать соответствующую педагогическим целям материальную и нравственную среду для развития «дитяти», которая будет давать материальную и духовную пищу. «Дитя жадно поглощает и пищу и впечатления, и трудно сказать, к чему оно более жадно. Из пищи и воздуха оно будет строить свой физический организм, из воспринятых впечатлений – духовный», – писал ученый. Он утверждал, что среда должна быть здорова, чиста, богата содержанием,

но «устроить всю окружающую ребенка среду благоприятной во всех отношениях его развитию – дело весьма трудное и сложное» [1]. Луначарский А.В. считал, что надо изучить среду во всех ее особенностях ... как объекта нашего воздействия». Уже в первой Декларации о единой трудовой школе было отмечено, что развитие ребенка станет протекать успешно, если будет создана соответствующая материальная и гражданская среда в учебном заведении [12]. А.С. Макаренко считал, что воспитывает не сам воспитатель, а среда, таким образом он отождествлял саму среду с воспитанием в ней [5].

Своеобразный подход, получивший название «педагогизация окружающей среды» разработали В.Н. Шульгин и М.В. Крупенина. Основной проблемой, которая находилась в центре внимания, являлось исследование путей включения учащихся в активную деятельность по преобразованию окружающей среды. Ученые утверждали, что именно благодаря активности детей появляется возможность сформировать необходимые личностные качества детей, качественно изменить окружающий их мир [4].

Понимание среды на современном этапе значительно расширилось. В современных исследованиях образовательная среда представлена как часть социокультурного пространства, где осуществляется взаимодействие субъектов образовательных процессов. В условиях компетентностного подхода, который требует от личности не только освоение знаний, но и сформированности навыков самостоятельной работы, коммуникативных компетенций, способности работать в виртуальных средах, умения исследовать и проектировать, значимым становится все окружение обучающегося [3]. В связи с этим, мы представляем среду как систему, компонентами которой являются созданное пространство, архитектура зданий, современные технологии (в том числе и цифровые), методическая оснащенность, навигация, коммуникации между участниками образовательных отношений, сообщество сверстников, и то, насколько в образовательном процессе используются ресурсы социокультурного пространства территорий.

В современных исследованиях, которые посвящены проблемам образовательной среды в школе, рассматриваются различные подходы изучения и проектирования образовательной среды. Назовем ряд подходов, используемых в практике деятельности образовательных организаций (далее – ОО): социально-психологический подход (В. В. Рубцов, В. И. Слободчиков и большинство зарубежных учёных); пространственно-предметный подход (Т. Нийт, М. Хейдметс, Й. Круусвал, М. Монтессори,); средовой подход в воспитании Ю.С. Мануйлова; эколого-личностный подход (Е. А. Климов, Г. А. Ковалёв, В. А. Ясвин).

Каждый подход характеризуется своим пониманием сущности образовательной среды. В. В. Рубцовым образовательная среда понимается как форма коммуникативного взаимодействия, которая создает особые виды общности между учащимися и педагогом и между самими учащимися, обеспечивающие передачу учащимся необходимых для функционирования в данной общности норм жизнедеятельности, включая способы, знания, умения, навыки учебной и коммуникативной деятельности [8].

В своем подходе В. И. Слободчиков, как и В. В. Рубцов, в определении среды тоже использует понятие совместной деятельности субъектов образовательного процесса. Однако образовательная среда «по Слободчикову» представляет собой один из механизмов развития ребенка, тем самым ученый определяет ее целевое и функциональное назначение. Он утверждает, что истоками среды является предметность культуры общества, взаимосвязи которой с внутренним миром человека, задают границы содержания образовательной среды [9].

В. А. Ясвин дает определение, согласно которому понятием «образовательная среда» следует обозначать институционально ограниченную совокупность возможностей для развития личности школьников, возникающих под влиянием педагогически спроектированных организационно-технологических и пространственно-предметных

условий, а также случайных факторов в контексте событийного взаимодействия членов школьного сообщества [13].

Разработанная В.А. Ясвиным модель образовательной среды построена посредством переноса на образовательное пространство школы той логики изучения восприятия природной среды и отношения к ней, которые были разработаны в психологии экологического сознания и в педагогике воспитания личности. По мнению ученого эффективная школьная среда должна обеспечивать комплекс возможностей для развития всех участников образовательных отношений (обучающихся, педагогов, родителей). Совокупность условий, которые подлежат экспертизе, проектированию и моделированию, интегрированы в три структурных компонента: пространственно-предметный (инфраструктура учреждения, обладающая разнородностью, гибкостью, аутентичностью, связностью, управляемостью и индивидуализацией пространства); социальный компонент (взаимосвязи между субъектами образовательной деятельности, их позитивное настроение, удовлетворенность межличностными отношениями); психодидактический компонент (содержательное и методическое сопровождение образовательного процесса, обеспечивающее реализацию целей образования и соответствующее возрастным особенностям развития детей).

Таким образом, в самом общем виде под образовательной средой мы понимаем систему элементов, окружающих обучающихся и учителей, предоставляющих им возможности для обучения, воспитания и развития. При этом мы представляем образовательную среду как многомерное социально-педагогическое явление, оказывающее непосредственное влияние на развитие и саморазвитие личности, ее ценностных ориентаций, отношений и способов поведения, актуализирующихся в процессах их освоения, потребления и распространения. С этой точки зрения образовательная среда задается через: образовательное пространство и типологию образовательных ресурсов; совокупность образовательных деятельностей – основных и дополнительных; систему взаимосвязей и отношений между образовательными деятельностями. Она характеризуется двумя показателями: насыщенностью (ресурсный потенциал образования) и структурированностью ресурсов в границах заданного пространства образования. Современная среда должна быть комфортной и безопасной, эмоционально насыщенной, аутентичной. Перечисленные характеристики могут рассматриваться в качестве набора требований к организации современной образовательной среды и составить группу общих принципов ее проектирования и моделирования.

Сделав краткий обзор научных исследований о сущности, структуре, пониманию функций образовательной среды, мы наблюдаем, что они находятся на стадии формирования. Отсутствие в исследованиях единой позиции в определении понятия «образовательная среда» возможно во многом объясняется отсутствием его формализации в основополагающих законодательных актах в сфере образования, прежде всего, в ФЗ-273 «Об образовании в РФ», во ФГОС (федеральных государственных образовательных стандартах) общего образования.

Последствия неопределенного нормативного статуса понятия «образовательная среда» и отсутствие обоснованных критериев ее качества имеет ряд негативных последствий. Например, практика аудита образовательных программ показывает, что это понятие нечасто встречается в основных образовательных программах образовательных организаций (так как они пишутся на основании ФГОС) и, следовательно, не является точкой приложения усилий многих педагогических коллективов. Эмпирический анализ реальной практики проектирования образовательной среды в школах России и Челябинской области показывает существенные затруднения в организации образовательной среды образовательной организации. Во многом это объясняется недостаточной разработанностью на основе единой методологии соответствующего

экспертного и проектного инструментария, а также неподготовленностью педагогов к реализации средового подхода в образовательной практике.

Слабая обеспеченность специальным критериальным аппаратом и диагностическим инструментарием, низкий уровень профессиональной подготовленности педагогов и руководителей школ к осуществлению трудовых действий, направленных на проектирование современной качественной среды ОО, обусловило появление научных трудов, в которых представлены апробированные диагностики и методики проведения экспертизы и проектирования образовательной среды.

Творческий коллектив ученых Гуманитарно-педагогического института Тольяттинского государственного университета (И.В. Непрокина, О.П. Болотникова, А.А. Ошкина) разработали учебное пособие «Безопасная образовательная среда: моделирование, проектирование, мониторинг». Пособие раскрывает научные подходы к моделированию и проектированию образовательной среды учебных заведений различных типов. Материал учебного пособия помогает сформировать профессиональные компетенции педагогических работников, позволяющие проводить диагностику образовательной среды, давать экспертную оценку образовательной среды и методического обеспечения учебно-воспитательного процесса в учреждении и разрабатывать рекомендации по повышению их качества [6].

Интересные практики проектирования образовательной среды в контексте эколого-личностного подхода представляет профессор Ясвин В.А. в своей монографии «Школьная среда как предмет измерения: экспертиза, проектирование, управление». Приводятся разработанный автором методический арсенал экспертно-проектного управления развитием школьной среды, а также программы формирования экспертно-проектных и коммуникативных компетенций педагогов и руководителей школьных организаций для сопровождения управления развитием школьных сред [14].

В ГБУ ДПО «Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования» (ЧИППКРО) специалистами разработана и реализуется дополнительная профессиональная программа (ДПП) повышения квалификации «Проектное управление образовательной организацией в условиях модернизации содержания и технологий общего образования» [7]. Особенность программы заключается в том, что один из разделов «Содержательные и процессуальные аспекты проектного управления образовательной организацией в условиях модернизации содержания и технологий общего образования» имеет инвариантную и вариативную части дополнительной профессиональной программы. Реализация вариативной части программы осуществляется в форме стажировки на базе образовательных организаций Челябинской области, прошедших конкурсный отбор (стажировочные площадки). Содержание вариативной (стажировочной) части представлено шестью модулями. В своей статье мы представим основные идеи стажировочных площадок, реализующие модуль «Проектирование образовательной среды в условиях модернизации содержания и технологий общего образования»: МАОУ «Академический лицей №95 г. Челябинска», МБОУ «Лицей №11 г. Челябинска», МОУ «Гимназия №53» г. Магнитогорска. Управленческими командами образовательных организаций были разработаны программы стажировочной части ДПП повышения квалификации в проектной культуре.

Образовательные организации показали уникальность созданной образовательной среды, демонстрируя различные подходы к ее проектированию. На базе академического лицея № 95 г. Челябинска слушатели в процессе освоения дополнительной профессиональной программы проектируют актуальную модель избыточной образовательной среды в конкретной образовательной организации с учетом ее образовательной специфики и существующей практики жизнедеятельности. Управленческая команда, специалисты служб сопровождения, педагогические

работники – победители конкурсов профессионального мастерства, грантовых конкурсов, представители образовательных организаций – сетевых партнеров, используя опыт *проектирования модели избыточной образовательной среды* [10] в академическом лицее с учетом его образовательной специфики, организовали процесс проектирования актуальной модели избыточной образовательной среды конкретной образовательной организации. Был определен комплекс условий эффективного функционирования разработанной модели и последовательность управленческих действий по ее реализации (внедрению).

Ключевой идеей стажировки МБОУ «Лицей № 11 г. Челябинска» стало выявление специфических и универсальных принципов и признаков актуальной образовательной среды, ее моделирование с применением концепций педагогического дизайна [2], проектирование ее структурных элементов и их качественных функциональных характеристик, формирование осознанного представления о миссии современной школы и механизмах ее реализации, изменение отношения к образованию управленческих команд, изменение их субъектности в системе образовательных отношений, в силу изменения субъектности ученика.

Процесс освоения программы был направлен на формирование у слушателей компетенций, необходимых для *проектирования интегрированной образовательно-научно-культурной среды естественнонаучной и гуманитарной направленностей в образовательной организации на основе принципов и концепций педагогического дизайна*. Итоговым продуктом обучения является Программа мини-проекта по созданию актуальной образовательной среды на основе педагогического дизайна. Организация стажировки в лицее сопровождается активным использованием возможностей среды лицея, в том числе оборудованных школьных пространств: Лаборатории биотехнологии, генетики и физиологии растений; Лаборатории физики и инженерных технологий; STA – студии; Музейно-выставочного центра и других.

Замысел стажировки Муниципального общеобразовательного учреждения «Гимназия № 53» г. Магнитогорска – управленческая *практика проектирования образовательной среды в условиях цифровизации* с учетом изменений содержания и технологий общего образования; стратегирование информационной политики для конструктивного взаимодействия участников образовательных отношений по обеспечению качества образования [11]. В ходе стажировки активно используются цифровые ресурсы цифровой образовательной среды гимназии. Например, при наличии программного обеспечения Skype или Zoom осуществлялись консультации для слушателей, находящихся на удаленном доступе. Активно использовались Официальный сайт гимназии, Официальная группа VK <https://vk.com/sch53mgn>, официальные сайты образовательных организаций, ГИС «Сетевой город», программа для конференций ZOOM и другие платформы. Модель «Цифровая образовательная среда образовательной организации» является проектным продуктом, разработанным слушателями по окончании курсов.

Подводя итог вышесказанному, мы отмечаем, что современное образование характеризуется двумя ценностными ориентациями, одна из которых рассматривается через призму технократической парадигмы, где главное – стремление к научным знаниям. Вторая ценностная ориентация основана на гуманистической парадигме, в рамках которой образовательный процесс организуется в аспекте отношений сотрудничества, сотворчества. Личность и ее интересы становятся главной ценностью. Ценностные ориентиры, базирующиеся на гуманистической парадигме, способствуют реализации конечных целей образования, которые состоят в том, чтобы каждый человек мог стать полноценным субъектом общества. Значение в этом процессе имеет и комплекс условий, который формируется в образовательной организации как среда воздействия и сопровождения развития личности. В статье мы рассмотрели различные подходы к

пониманию смыслов образовательной среды, к ее проектированию и моделированию. С нашей точки зрения в современных условиях развития общества в контексте гуманистической парадигмы наиболее оптимальным является эколого-личностный подход В.А. Ясвина, который кратко можно определить следующим тезисом: если условия характеризуют «пространство», то «среда» может быть охарактеризована, прежде всего, через её возможности, т.е. пространство становится средой, когда условия становятся возможностями. Такое видение образовательной среды и подходов ее проектирования значительно повышает возможности образовательных организаций в реализации стратегических целей российского образования. Именно поэтому обращение к проектированию образовательной среды, к методологии данного процесса представляется нам особенно необходимым; не только потенциально полезным, но и адекватным основным направлениям государственной образовательной политики Российской Федерации.

### Список литературы

1. Каптерев, П. Ф. Задачи семейного воспитания: избранное / П. Ф. Каптерев; сост. М. В. Богуславский, К. Е. Сумнительный. – М.: Издательский дом «Карпуз», 2005. – 192 с. (С. 71-89). – Текст : непосредственный.
2. Киприянова, Е. В. Педагогический дизайн организации пространства самоопределения учащихся как социализации научно-исследовательского и поликультурного типов / Е. В. Киприянова. – Текст : непосредственный // Сборник трудов Российской научно-методической конференции-семинара «Творчество молодых исследователей в системе «школа-наука-вуз» / под ред. Д. Б. Богоявленской, А. О. Карпова. – 2017. – С. 68–84.
3. Коптелов, А. В. Особенности формирования образовательной среды естественно-научной направленности в общеобразовательной организации / А. В. Коптелов, Н. А. Зайцева, И. Ю. Шереметьева. – Текст : электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2017. – № 5. – URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=26996> (дата обращения: 01.11.2020).
4. Крупенина, М. В. В борьбе за марксистскую педагогику / М. В. Крупенина, В. Н. Шульгин. – М.: Работник просвещения, 1929. – 185 с. – Текст : непосредственный.
5. Макаренко, А. С. 'О воспитании' / А. С. Макаренко. – М.: Издательство политической литературы, 1990 – 416 с. – Текст : непосредственный.
6. Непрокина, И. В. Безопасная образовательная среда: моделирование, проектирование, мониторинг : учеб. пособие / И. В. Непрокина, О. П. Болотникова, А. А. Ошкина. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2012. – 92 с. – Текст : непосредственный.
7. Официальный сайт ГБУ ДПО ЧИППКРО. Повышение квалификации и переподготовка. – URL: <https://ipk74.ru/qualification/programmy-povysheniya-kvalifikacii/> (дата обращения: 16.11.2020). – Текст : электронный.
8. Рубцов, В. В. О проблеме соотношения развивающих образовательных сред и формирования знания (к определению предмета экологической психологии) / В. В. Рубцов – Текст : непосредственный // Материалы 2-й Рос. конф. по экологической психологии / под ред. В. И. Панова. – М.: Самара, 2001. – С. 77–81.
9. Слободчиков, В. И. О понятии образовательной среды в концепции развивающего образования / В. И. Слободчиков – Текст : непосредственный // Материалы 2-й Рос. конф. по экологической психологии / под ред. В. И. Панова. – М. : Самара, 2001. – С. 172–176.
10. Тьюторское сопровождение в системе общего, дополнительного и профессионального образования: мат-лы всеросс. науч.-практ. конф. с международ. участием (Челябинск, 25-26 янв. 2019 г.) / под ред. М. Ю. Ветховой, В. М. Кирсанова, Ю. В. Смирновой, З. И. Тюмасевой, Е. С. Гладкой, Е. В. Гнатышиной,

Э. Ф. Шариповой, Ф. А. Зуевой, И. Е. Емельчновой, Б. А. Артеменко, М. Ж. Симоновой, Л. А. Емельяновой, М. В. Волхонцевой (сост.). – Челябинск: Край Ра, 2019. – 280 с. – Текст : непосредственный.

11. Уразманова, Ф. Н. Информационная политика образовательной организации как инструмент управления качеством образования в условиях цифровой образовательной среды / Ф. Н. Уразманова, Ю. О. Савичева // Управление качеством образования: теория и практика эффективного администрирования. – 2020. – № 3. – С. 3–19.

12. Хрестоматия по истории педагогики / сост. И. Е. Лакин [и др.]. – М.: Высшая школа, 1971. – 608 с. – Текст : непосредственный.

13. Ясвин, В. А. Исследования образовательной среды в отечественной психологии: от методологических дискуссий к эмпирическим результатам / В. А. Ясвин – Текст : непосредственный // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2018. – Т. 18, вып. 1 (4). – С. 80–89

14. Ясвин, В. А. Школьная среда как предмет измерения: экспертиза, проектирование, управление / В. А. Ясвин. – М.: Народное образование, 2019. – 448 с. – Текст : непосредственный.

## ON SOME APPROACHES TO THE DESIGN OF THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT IN AN EDUCATIONAL ORGANIZATION

***T. A. Abramovskikh***

*Chelyabinsk Institute for Retraining and Advanced Training of Educators, Chelyabinsk, gdchiep@mail.ru*

***A. V. Koptelov***

*Chelyabinsk Institute for Retraining and Advanced Training of Educators, Chelyabinsk, avkoptelov@rambler.ru*

***S. A. Lariushkin***

*Chelyabinsk Institute for Retraining and Advanced Training of Educators, Chelyabinsk, jkl.85@mail.ru*

*The article presents a brief analysis of the research of Russian scientists on the problem of “educational environment”. As a result of the analysis, the characteristics of the educational environment as a pedagogical category are highlighted. The approaches to the formation of the concept of “educational environment” in modern psychological and pedagogical literature are considered. A generalized definition of the educational environment is given. The author reveals some approaches to the design of the educational environment. Particular emphasis in the article is made on the ecological-personal approach of V.A. Yasvin. An attempt is made to actualize this approach in the context of modern trends in the development of Russian education. The author identifies a number of problems in creating a modern educational environment in educational institutions: the uncertain normative status of the concept of “educational environment” and the absence of substantiated criteria for its quality do not concentrate the efforts of many pedagogical teams to create an environment in an educational organization that effectively affects the results of education. The author also refers to the design problems: poor provision with a special criterion apparatus and diagnostic tools, a low level of professional training of teachers and school leaders. Scientific publications and existing practices are named, in which approved diagnostics and methods of examination and design of the educational environment are presented. The novelty and practical significance of the article lies in the presentation of*

*the best practices for the design of educational environments in educational institutions in Chelyabinsk and Magnitogorsk.*

**Key words:** educational environment, approaches to the design of the educational environment, components of the modern educational environment, the humanistic paradigm of education.

### References

1. Kapterev, P. F. (2005) *Zadachi semejnogo vospitaniya: izbrannoe* / Sostaviteli: M. V. Boguslavskij, K. E. Sumnitel'nyj [Family education tasks: selected / Compiled by M. Boguslavsky, K. E. Sumnitelny]. M.: Publishing house "Karapuz", 192 p. (pp. 71–89) (in Russ.).
2. Kipriyanova, E. V. (2017) Pedagogicheskiy dizajn organizacii prostranstva samoopredeleniya uchashchihsya kak socializacii nauchno-issledovatel'skogo i polikul'turnogo tipov [Pedagogical design of the organization of the space of self-determination of students as socialization of research and multicultural types]. *Sbornik trudov Rossiyskoy nauchno-metodicheskoy konferentsii-seminara «Tvorchestvo molodyih issledovateley v sisteme «shkola-nauka-vuz»* [Proceedings of the Russian scientific-methodological conference-seminar "Creativity of young researchers in the system" school-science-university"]. Edited by D. B. Bogoyavlenskaya, A. O. Karpov, pp. 68–84. (in Russ.).
3. Koptelov, A. V., Zajceva, N. A., SHERemet'eva, I. YU (2017) Osobennosti formirovaniya obrazovatel'noj sredy estestvenno-nauchnoj napravlenosti v obshcheobrazovatel'noj organizacii [Features of the formation of the educational environment of natural science orientation in the general educational organization]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern problems of science and education]. No. 5, available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=26996>, accessed 01.11.2020. (in Russ.).
4. Krupenina, M. V., SHul'gin, V. N. (1929) *V bor'be za marksistskuyu pedagogiku* [In the struggle for Marxist pedagogy]. M.: Worker of education, 185 p. (in Russ.).
5. Makarenko, A. S (1990) *'O vospitanii'* ['On education'], Moscow: Publishing house of political literature, 416 p. (in Russ.).
6. Neprokina, I. V., Bolotnikova, O. P., Oshkin A. A. (2012) *Bezopasnaya obrazovatel'naya sreda: modelirovanie, proektirovanie, monitoring* : ucheb. posobie [Safe educational environment: modeling, design, monitoring: textbook. Manual], Togliatti: TSU Publishing House, 92 p. (in Russ.).
7. *Oficial'nyj sayt GBU DPO CHIPPKRO, Povyshenie kvalifikacii i perepodgotovka* [Official site of GBU DPO CHIPPKRO. Professional development and retraining], available at: <https://ipk74.ru/qualification/programmy-povysheniya-kvalifikacii/>, accessed 16.11.2020 (in Russ.).
8. Rubcov, V. V. (2001) O probleme sootnosheniya razvivayushchih obrazovatel'nyh sred i formirovaniya znaniya (k opredeleniyu predmeta ekologicheskoy psihologii) [On the problem of the relationship between developing educational environments and the formation of knowledge (to the definition of the subject of environmental psychology)]. *Materialyi 2-y Ros. konf. po ekologicheskoy psihologii* [Materials of the 2nd Ros. conf. on ecological psychology], ed. by V. I. Panov. M.: Samara, pp. 77–81 (in Russ.).
9. Slobodchikov, V. I. (2001) O ponyatii obrazovatel'noj sredy v koncepcii razvivayushchego obrazovaniya [On the concept of the educational environment in the concept of developing education]. *Materialyi 2-y Ros. konf. po ekologicheskoy psihologii* [Materials of the 2nd Ros. conf. on ecological psychology], ed. by V. I. Panov. M.: Samara, pp. 172–176 (in Russ.).



10. *T'yutorskoe soprovozhdenie v sisteme obshchego, dopolnitel'nogo i professional'nogo obrazovaniya: mat-ly vseross. nauch.-prakt. konf. s mezhdunarod. uchastiem* (2019) [Tutor support in the system of general, additional and professional education: materials of all-Russian scientific-practical conf. from international participation], ed. by M. Yu. Vetkhova, V. M. Kirsanov, Yu. V. Smirnova, Z. I. Tyumaseva, E. S. Gladkoy, E. V. Gnatyshina, E. F. Sharipova, F. A. Zueva, I. E. Emelchnova, B. A. Artemenko, M. Zh. Simonova, L. A. Emelyanova, M. V. Volkhontseva (comp.). Chelyabinsk: Edge of Ra, 280 p. (in Russ.).

11. Urazmanova, F. N., Savicheva Yu. O. (2020) Informacionnaya politika obrazovatel'noj organizatsii kak instrument upravleniya kachestvom obrazovaniya v usloviyah cifrovoj obrazovatel'noj sredy [Information policy of an educational organization as a tool for managing the quality of education in a digital educational environment]. *Upravlenie kachestvom obrazovaniya: teoriya i praktika effektivnogo administrirovaniya* [Education quality management: theory and practice of effective administration], No. 3, pp. 3–19 (in Russ.).

12. *Hrestomatiya po istorii pedagogiki* (1971) [Reader on the history of pedagogy], comp. by I. E. Lakin [and others]. M.: Higher school, 608 p. (in Russ.).

13. YAsvin, V. A. (2018) Issledovaniya obrazovatel'noj sredy v otechestvennoj psihologii: ot metodologicheskikh diskussij k empiricheskim rezul'tatam [Studies of the educational environment in Russian psychology: from methodological discussions to empirical results]. *Izv. Sarat. un-ta. Nov. ser. Ser. Filosofiya. Psihologiya. Pedagogika* [Izv. Sarat. un-that. New ser. Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy], Vol. 18, no. 1 (4), pp. 80–89 (in Russ.).

14. YAsvin, V. A. (2019) *SHkol'naya sreda kak predmet izmereniya: ekspertiza, proektirovanie, upravlenie* [School environment as a subject of measurement: expertise, design, management], M.: Public education, 448 p. (in Russ.).

**Абрамовских Татьяна Александровна**, старший преподаватель кафедры управления, экономики и права, Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования.

gdchiep@mail.ru

**Коптелов Алексей Викторович**, кандидат педагогических наук, заведующий кафедрой, доцент кафедры управления, экономики и права, Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования.

avkoptelov@rambler.ru

**Ларюшкин Сергей Александрович**, старший преподаватель кафедры управления, экономики и права, Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования.

jkl.85@mail.ru

УДК 37

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10410

## ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ИНОЯЗЫЧНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

*И. А. Бобыкина, В. С. Короткова*

*Челябинский государственный университет, Челябинск*

*Одной из актуальных проблем профессиональной подготовки в российских вузах на сегодняшний день является проблема обеспечения качества иноязычного образования обучающихся. В статье рассматривается феномен геймификации, аспекты интеграции игровых технологий в иноязычное образование, актуальные проблемы и перспективы развития. На основе результатов исследования раскрывается влияние геймификации на процесс обучения иностранному языку обучающихся по неязыковым направлениям профессиональной подготовки в вузе.*

**Ключевые слова:** качество образования, геймификация, иностранные языки, высшее иноязычное образование, игровые технологии.

В последние годы проблема обеспечения качества высшего образования вновь приобрела особую актуальность в связи с происходящими системными инновациями. В Федеральном законе № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» понятие «качество образования» определяется как «комплексная характеристика образовательной деятельности и подготовки обучающегося, выражающая степень их соответствия федеральным государственным образовательным стандартам, образовательным стандартам, федеральным государственным требованиям и (или) потребностям физического или юридического лица, в интересах которого осуществляется образовательная деятельность, в том числе степень достижения планируемых результатов образовательной программы» [9]. Как следует из определения, с одной стороны, закон исходит из соотношения уровня подготовки с установленными образовательными стандартами, с другой стороны, интересами и потребностями участников образовательных отношений. При этом федеральный государственный образовательный стандарт (далее - ФГОС) представляет собой совокупность обязательных требований к подготовке обучающихся и основой для объективной оценки качества результатов обучения по образовательной программе соответствующего уровня и соответствующей направленности. Согласно ФГОС высшего образования нового поколения неязыковых направлений подготовки целью иноязычного образования обучающихся неязыковых направлений подготовки является развитие у обучающихся универсальной компетенции, т.е. способности осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке. Новая постановка цели и задач иноязычного образования в вузе требует, соответственно, обновление содержания и организацию процесса обучения иностранным языкам на основе современных подходов и образовательных технологий. Все более очевидной становится при этом необходимость учета интересов и запросов обучающихся, в большей массе представителей нового поколения. По сравнению с прежней моделью просвещения обучающегося современная профессиональная подготовка должна быть ориентирована на качественное преобразование субъектности обучающегося в процессе развития его компетенций, зафиксированных в ФГОС ВО. Требование переориентации целей, содержания, организационных структур и методов обучения с социального заказа на интересы и потребности обучающегося также следует из определения качества образования в Законе РФ «Об образовании в Российской Федерации». Возникшее противоречие между

современными требованиями к организации и реализации иноязычного образования в вузе и недостаточной методико-технологической разработанностью данной проблемы в педагогической науке обусловило необходимость его разрешения и, соответственно, актуальность решения проблемы качественной организации образовательного процесса на основе геймификации, как одной из мировых тенденций в сфере высшего образования, способствующей обеспечению качества подготовки в вузе. Значимость исследования обусловлена также необходимостью определения перспективных направлений развития геймификации в иноязычном образовании на основе мониторинга и научной рефлексии, способствующих осмыслению инноваций и интеграции научного знания в образовательную практику.

Под геймификацией принято понимать «внедрение игровых технологий в неигровые процессы, в том числе в образование» [12, с. 10]. На сегодняшний день мы обнаруживаем, что геймификация, позволяющая разнообразить рутинные действия и организовать деятельность в игровой форме, проникла во все сферы нашей жизни. Практически для любой активности имеется цифровое решение, которое позволяет отслеживать затраченное время, получать очки прогресса и виртуальные достижения и всячески поддерживать на пути к достижению цели. Количество специализированных обучающих приложений и программ становится больше, и у педагогов появляется гораздо больше инструментов для создания лично-развивающей и мотивирующей образовательной среды. Вместе с тем парадоксальным моментом в образовательной практике является то, что, не зная принципов проектирования и реализации процесса иноязычного образования на основе геймификации, субъекты образования частично справляются с этой задачей, интуитивно и фрагментарно воспроизводя отдельные ситуации, не достигая при этом результата. Такая практика кажется совершенно естественной, поскольку игра и игровые методы давно являются одним из элементов методики обучения иностранным языкам. И педагоги, и обучающиеся почти всегда положительно отзываются на игру, даже если это что-то не требующее большой затраты времени и ресурсов, вроде головоломки или кроссворда.

Целью исследования является анализ особенностей и определение перспектив реализации иноязычной подготовки обучающихся вуза на основе геймификации.

Материалом исследования явились законодательные и нормативные документы, документы учебно-методического обеспечения реализации образовательных программ, работы отечественных и зарубежных исследователей.

В качестве базы исследования избран ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет». В исследовании приняли участие педагоги и обучающиеся первого и второго курсов образовательных программ неязыковых направлений подготовки.

В исследовании использовались следующие теоретические и эмпирические методы: анализ нормативной и учебно-методической документации, отечественных и зарубежных работ по проблеме исследования, образовательной практики, обобщение педагогического опыта; анализ продуктов деятельности обучающихся и педагогов, анкетирование, тестирование, наблюдение, опрос педагогов, анализ, обобщение и систематизация полученных данных и др.

Согласно диалектике пространственно-временных соотношений поведение сложных систем, какой является и педагогический дискурс, определяется не только их прошлым опытом, но и возможными будущими состояниями [3]. Поэтому объектом исследования является процесс геймификации иноязычного образования как в ретроспективе, так и в перспективе его развития.

Проследим на основе ретроспективного анализа, каким образом игра стала легитимным элементом образовательного процесса, исследуем, какие инструменты доступны педагогу сейчас, и предположим перспективу развития геймификации иноязычного образования в вузе.

Говоря об играх, необходимо упомянуть исследование нидерландского историка и культуролога Йохана Хейзинги, постулирующее, что «культуре присущ игровой характер» [11]. Сущность игры в его представлениях заключается в следующем. Он замечает, что игра часто исследуется с точки зрения психологии и биологии, и в подобных исследованиях без возражений игра понимается как важное место жизненного процесса, обладающее необходимой, полезной функцией [11. С. 8]. Важность игры обуславливается хотя бы тем, что она гораздо старше человеческого общества: животные играют точно так же, как люди. Но даже в жизни животных игра – это нечто большее, чем чисто физиологическое явление либо физиологически обусловленная психическая реакция. Всякая игра что-то значит. Игра – это функция, которая исполнена смысла. Важный элемент, который определяет сущность игры – это радость и потеха, удовольствие от участия в процессе, доступное человеку любого возраста [11. С. 9]. При этом взрослый человек может играть и выше этого уровня, вовлекая в игру прекрасное и священное. Играя, мы имеем дело с абсолютно первичной жизненной категорией, которую не стоит преуменьшать до пустой потехи.

Исследования Л.С. Выготского раскрывают психологическое значение игры. Практически в одно время с выходом «*Homo ludens*» Йохана Хейзинги Л.С. Выготский, исследователь в области психологии и педагогики, призывает обратить внимание на интересы ребенка. Он также отмечает, что преобладает взгляд на игру как на безделье и способ убить досуг, в то время как наблюдается, что игра составляет естественную особенность человеческой природы. В частности, отмечается, что игры ребенка соответствуют его возрасту и интересам и включает в себя такие элементы, которые ведут к выработке нужных навыков и умений. Игра является «первой школой мысли для ребенка» [2. С. 127]. В исследованиях Л.С. Выготского рассматриваются три группы игр.

Первая группа игр включает себя захват и бросание предметов, перемещение ребенка в среде и элемент подражания – ребенок воспроизводит поведение взрослых и конструирует будущий внутренний опыт. Так, игра в куклы даст ребенку не опыт обхождения с живым ребенком, но ощущение себя родителем.

Вторая группа, так называемые строительные игры, связаны с работой над материалом, и позволяют не только отточить движения ребенка, но и научить ставить цель и достигать её.

Наконец, третья группа, так называемых условных игр, требующих от ребенка решения сложных задач, требующих совместного и комбинированного действия разных способностей и сил [2. С. 124-125].

Поскольку каждая игра не похожа на другую и требует задействовать множество умений (координировать свое поведение с поведением других, становиться в активное отношение к другим, нападать и защищаться, вредить и помогать, рассчитывать наперед результат своего хода в общей совокупности всех играющих), она может служить незаменимым орудием воспитания и развития социальных навыков и умений. Для исследователя исключительно важна эта воспитательная функция, поскольку она способствует формированию взрослого человека. Если игра понимается как разумная и целесообразная, планомерная, социально-координированная, подчиненная известным правилам система поведения или затрата энергии, то обнаруживает свою полную аналогию с трудовой затратой энергии взрослым человеком, за исключением только результатов [2. С. 128].

В дальнейшем теме классификации, области возможного применения и требования к использованию игры было посвящено множество научных педагогических и психологических трудов (П. И. Пидкасистый, М. В. Кларин, Н. В. Самоучкина, Г. К. Селевко, С. А. Шмаков, Д. Б. Эльконин и др.). «Игровую технологию», применяемую в образовательном процессе, всецело признают крайне эффективной, универсальной,

легко воспроизводимой, подходящей для любой учебной дисциплины и решения практически всех воспитательно-развивающих задач» [5. С. 187].

Представляется примечательным сочетание простых и сложных характеристик в сущности игры. Игра может быть способом приятно провести время, простым инструментом в обучении ребенка базовым жизненным функциям в доступной ему форме. И, между тем, игра может быть гораздо более сложным инструментом воспитания и конструирования жизненного опыта или способом прикоснуться к многовековой человеческой культуре. В этом и заключается трудность внедрения игры в образовательный процесс: уверенность в том, что организовать игру легко, что все участники игры получают от неё одинаково положительный опыт, может сыграть злую шутку с педагогом. Важно понимать какие игры будут полезны и интересны конкретной аудитории. Нам представляется, что именно по этой причине так велико разнообразие игр, созданных для образовательных целей: существует потребность в адаптации и поиске решений для конкретного возраста, образовательных целей, способностей, ограничений по здоровью. При этом, как показал анализ научных источников, следует правильно понимать игру и процесс геймификации. Геймификация и игра соотносятся как часть и целое. Игра является самодостаточной. Цель игры в основном развлекательная. По структуре в игре выделяют начало, середину и конец – победу игрока. В отличие от игры геймификация не является самодостаточной системой. Её цель заключается в помощи обучающемуся достичь образовательных целей, поддержать его интерес и мотивацию при помощи внедрения игровых технологий. Именно поэтому прежде, чем приступить к геймификации целого образовательного процесса, дисциплины (модуля), курса, занятия или элемента урока, рекомендуется учесть ее предназначение и особенности ее реализации. Так, например, в руководстве по геймификации образования «The Gamification of Learning and Instruction Fieldbook: Ideas into Practice» указывается, что геймификация решает следующие задачи:

1. Создание интерактивности в подаче образовательного материала.
2. Противодействие недостаточной вовлеченности со стороны обучающегося.
3. Создание возможности для осмысления и рефлексии.
4. Изменение поведения в положительную сторону.
5. Создание условий для практики в реальной ситуации [12. С. 55].

В данном контексте следует обратить внимание на одну из особенностей геймификации. Она отличается от многих игровых технологий, например, деловой/ролевой игры, тем, что реальность остается реальностью, не превращаясь в игру, в то время как обучающемуся даются игровые установки, которые соотносятся с реальностью [10]. Погружаясь в игровую ситуацию, сознание игрока, как правило, воспроизводит некое психическое состояние (состояние потока), в котором он полностью увлечен игрой. Данное состояние характеризуется крайней степенью концентрации внимания игрока на своей деятельности, абсолютной вовлеченностью и высокой мотивацией к достижению поставленной цели [6]. Воссоздание подобного состояния в неигровых ситуациях, способствующего повышению мотивации субъекта, и является целью многих проектов геймификации [1]. При этом содержание остается неизменным и структурируется, дается оперативная обратная связь, создаются условия вовлеченности, взаимодействия и командной работы обучающихся через различные неформальные формы общения как между обучающимися, так и между ними и педагогом, что, в свою очередь, способствует повышению уровня мотивации обучающихся к решению поставленных перед ними задач.

Особое значение имеет геймификация в системе иноязычного образования в силу обладания широким спектром дидактических возможностей. В экспериментальном исследовании использовались помимо широко распространенной во многих

отечественных вузах игровой технологии Quizlet для развития лексического навыка обучающихся иностранному языку такие игровые технологии, как Duolingo в рамках самостоятельной работы, Kahoot для создания онлайн викторин, тестов, обсуждений, опросов; Blind Kahoot!’ing (Слепой Kahoot) для достижения результатов занятия в форме игры и увлекательных вопросов и заданий на основе технологии «перевернутый класс», технологий пакета программ iSpring для объяснения и обобщения материала, Sway для создания комиксов и др. Согласно результатам анализа теоретических источников и педагогического опыта, анкетирования, тестирования и опроса обучающихся и педагогов, преимуществами образовательного процесса на основе геймификации являются следующие возможности:

- помогает преодолеть страх перед общением на иностранном языке;
- лучше запоминается изучаемый материал;
- лучше концентрируется внимание, активизируется мышление;
- возможность совершать несколько попыток выполнения задания до достижения успешного результата;
- повышается мотивация усвоения иностранного языка и общения на языке;
- возможность совместной работы и принятия единого решения;
- обмен опытом и материалами;
- заинтересованность, увлеченность, вовлеченность, чувство взаимосвязи, самостоятельность, личная ответственность;
- систематичность знаний, структурированность подачи информации;
- вознаграждения за усилия;
- создание атмосферы доверия и взаимной поддержки;
- возможность приобретать и передавать разные виды информации;
- становится понятен смысл балльно-рейтинговой системы оценки образовательных достижений;
- возможность проектировать и реализовывать собственный образовательный маршрут;
- повышается академическая успеваемость и др.

Помимо положительных аспектов выявлены причины, препятствующие успешной реализации образовательного процесса на основе геймификации. К ним относятся: при низком стартовом уровне владения иностранным языком обучающимися по отдельным образовательным программам недостаточное количество часов на дисциплину по иностранному языку, недостаточная психологическая готовность некоторых обучающихся к осуществлению диалогического взаимодействия на основе сотрудничества с педагогами и опыта работы в команде; несогласованность целей между преподавателем и студентом/студентами или между членами команд обучающихся; недостаточно высокий уровень познавательной активности и самостоятельности обучающихся; недостаточная психологическая и методическая готовность группы педагогов к использованию возможностей геймификации; недостаточно высокий уровень владения информационно-коммуникационными технологиями некоторыми педагогами и обучающимися.

Анализ мировых и российских тенденций развития современного иноязычного образования, достижений российских и зарубежных исследователей, педагогического опыта реализации геймификации в образовательном процессе позволил определить возможные направления развития геймификации в иноязычном образовании. Во-первых, необходимо повышение уровня информационной компетентности преподавателей. По мнению Н.В. Кузнецова, преподаватель должен обладать тремя типами компетенций: а) быть специалистом в предметной области; б) владеть современными образовательными технологиями; в) обладать необходимыми цифровыми компетенциями [8. С. 23]. Во-вторых, требуется включение педагогов в активные формы повышения квалификации педагогов по вопросам психолого-педагогических основ организации иноязычного

образования на основе геймификации. Основной задачей данной подготовки выступает акцент на изменении функций педагога. В современном понимании педагог выступает не только в роли модератора, который побуждает обучающегося к усвоению содержания обучения, но и, главным образом, организатором образовательного процесса.

Во-третьих, необходимо регулярно предлагать обучающимся задания с использованием игровых технологий, предполагающие как индивидуальную, так и командную работу. В-четвертых, рекомендуется организация образовательного процесса в смешанном формате, то есть в сочетании традиционных форм работы и игровых элементов и технологий. Это позволит сохранить баланс между внешней и внутренней мотивацией обучающихся иностранному языку, сохранить деловую атмосферу и доверительные отношения в студенческой группе, планомерно и систематично развивать самостоятельность и активность обучающихся. Как справедливо отмечается, в случае отсутствия самостоятельности обучающиеся могут воспринимать геймификацию как дополнительный источник стресса [7].

Таким образом, проведенное исследование показывает актуальность проблемы использования игровых элементов и технологий в образовательном процессе в высшей школе. Результаты обзора научной литературы, опубликованной по обозначенной теме, свидетельствуют о том, что в педагогической теории созданы предпосылки для системного анализа исследуемой проблемы и обоснования возможности реализации образовательного процесса на основе геймификации в высшем образовании. Кроме того, данными подтверждается необходимость разрешения обнаруженных противоречий между теоретическими и нормативными позициями и сложившейся образовательной практикой. В свою очередь, анализ практики иноязычной подготовки на основе геймификации позволил выявить как преимущества по сравнению с обычным обучением, так и причины трудностей внедрения геймификации. Таким образом, дидактический анализ изменений образовательного процесса на основе геймификации и тенденций современного образования позволяет определить ключевые направления дальнейшего развития геймификации иноязычного образования в вузе в целях повышения его качества.

### Список литературы

1. Акчелов, Е. О. Геймификация в образовании: новый подход к оценке геймплея / Е. О. Акчелов, Е. В. Галанина, К. С. Никитина. – Текст : электронный // Современные наукоемкие технологии. – 2016. – № 12-1. – С. 103–114. – URL: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=36484> (дата обращения: 20.11.2020).
2. Выготский, Л. С. Педагогическая психология / Л.С. Выготский. – М.: Педагогика, 1991. – 480 с. – Текст : непосредственный.
3. Геймификация: как превратить урок в игру и не перестараться. – URL: <https://mel.fm/shkola/6783041-gamification> (дата обращения: 20.11.2020). – Текст : электронный.
4. Ежова, Т. В. Проектирование педагогического дискурса в высшем профессиональном образовании будущего учителя : автореф. дисс. д-ра пед.н. / Т. В. Ежова. – Оренбург, 2009. – 50 с. – Текст : непосредственный.
5. Игна, О. Н. Имитационная (моделирующая) технология в профессиональной методической подготовке учителя иностранного языка / О. Н. Игна. – Текст : электронный // Вестник ТГПУ. – 2011. – № 9. – С. 186–190. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imitatsionnaya-modeliruyuschaya-tehnologiya-v-professionalnoy-metodicheskoy-podgotovke-uchitelya-inostrannogo-yazyka> (дата обращения: 20.11.2020).
6. Казакова, Н. Ю. Принципы проектирования обуславливающих достижение состояния «потока» аспектов в гейм-дизайне / Н. Ю. Казакова. – Текст : непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2016. – № 1 (172). – С. 150–156.

7. Карпикова, И. С. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации / И. С. Карпикова, В. В. Артамонова. – Текст : непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – № 4. – С. 559–614. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/privlechenie-auditorii-k-tsifrovym-smi-s-pomoschyu-elementov-geymifikatsii> (дата обращения: 20.11.2020).
8. Кузнецов, Н. В. Онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия / Н. В. Кузнецов. – Текст : электронный // E-Management. – 2019. – № 2 (1). – С. 19–25. – URL: <https://e-management.guu.ru/jour/article/view/24/25> (дата обращения 20.11.2020).
9. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ : ред. от 31.07.2020 : принят Государственной Думой 21 декабря 2012 года : одобрен Советом Федерации 26 декабря 2012 года. – Текст : электронный // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения 20.11.2020).
10. Орлова, О. В. Геймификация как способ организации обучения / О. В. Орлова, В. Н. Титова. – Текст : электронный // Вестник ТГПУ. – 2015. – №9 (162). – С. 60–64. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-sposob-organizatsii-obucheniya> (дата обращения: 20.11.2020).
11. Хейзинга, Й. Homo ludens. Человек играющий / Хейзинга, Й.; пер. с нидерл Д. В. Сильвестрова ; коммент. Д. Э. Харитоновича. – М.: Азбука Аттикус, 2019. – 440 с. – Текст : непосредственный.
12. Kapp, K. The Gamification of Learning and Instruction Fieldbook: Ideas into Practice / K. Kapp, L. Blair, R. Mesch. San Francisco: Wiley, 2013. – 480 p. – Текст : непосредственный.

## GAMIFICATION AS A FACTOR OF THE QUALITY OF A FOREIGN LANGUAGE EDUCATION IN THE UNIVERSITY

***I. A. Bobykina***

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, bobykina-ia@mail.ru*

***V. S. Korotkova***

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, muharkinavs@gmail.com*

*One of the urgent problems of professional training in Russian university today is the problem of ensuring the quality of foreign language education of students. The article discusses the phenomenon of gamification, aspects of integrating gaming into foreign language education, current problems and development of this process. Based on the results of the research, the influence of gamification on the process of teaching a foreign language to students in non-linguistic areas of vocational training at the university is revealed.*

*Gamification means “the introduction of gaming technologies into non-gaming processes in education”. In addition to the Quizlet game technology, the study used game technologies such as Duolingo, Kahoot to create online quizzes, tests, surveys to develop the lexical skills of students of a foreign language; Blind Kahoot! to achieve the results of the lesson in the form of a game and exciting questions and tasks based on the flipped classroom technology, technologies of the iSpring software package for explaining and summarizing the material, Sway for creating comics, etc.*

*According to the results of the analysis of theoretical sources and pedagogical experience, questionnaires, testing and survey of students and teachers, the advantages of the educational process based on gamification are the following possibilities:*

- helps to overcome the fear of communicating in a foreign language;*



- attention is concentrated better, thinking is activated;
- the ability to make several attempts to complete the task until a successful result is achieved;
- the motivation for learning a foreign language and communication in the language increases; etc.

In addition to the positive aspects, the authors identified the reasons that impede the successful implementation of the educational process based on gamification. These include: with a low initial level of foreign language proficiency, students in certain educational programs, insufficient hours for a foreign language discipline, insufficient psychological readiness of some students to carry out dialogical interaction based on cooperation with teachers and teamwork experience; inconsistency of goals between the teacher and student / students or between members of student teams; insufficiently high level of cognitive activity and independence of students; insufficient psychological and methodological readiness of a group of teachers to use the possibilities of gamification; insufficiently high level of knowledge of information and communication technologies by some teachers and students.

The main directions of the development of gamification in foreign language education: increasing the level of information competence of teachers, including teachers in active forms of professional development of teachers on the psychological and pedagogical foundations of organizing foreign language education based on gamification.

**Key words:** quality of education, gamification, foreign languages, higher education in a foreign language, gaming technologies.

### References

1. Akchelov E. O., Galanina E. V., Nikitina K. S. (2016) Geymifikatsiya v obrazovanii: novyy podkhod k otsenke geympleya [Gamification in education: a new approach to assessing gameplay]. *Sovremennye naukoemkie tekhnologii* [Modern high technologies]. No. 12-1, pp. 103–114, available at: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=36484>, accessed 20.11.2020 (in Russ.).
2. Vygotskiy, L. S. (1991) *Pedagogicheskaya psikhologiya* [Pedagogical psychology]. M.: Pedagogika, 480 p. (in Russ.).
3. *Geymifikatsiya: kak prevratit' urok v igru i ne perestarat'sya* [Gamification: how to turn a lesson into a game and not overdo it], available at: <https://mel.fm/shkola/6783041-gamification>, accessed 20.11.2020 (in Russ.).
4. Ezhova, T. V. (2009) *Proektirovanie pedagogicheskogo diskursa v vysshem professional'nom obrazovanii budushchego uchitelya : avtoref. diss. d-ra ped. n.* [Designing pedagogical discourse in higher professional education of a future teacher: author. diss. Doctor of Pedagogical Sciences], Orenburg, 50 p. (in Russ.).
5. Igna, O. N. (2011) Imitatsionnaya (modeliruyushchaya) tekhnologiya v professional'noy metodicheskoy podgotovke uchitelya inostrannogo yazyka [Imitation (modeling) technology in professional methodical training of a foreign language teacher]. *Vestnik TGPU* [Bulletin of TSPU], No. 9, pp. 186–190, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/imitatsionnaya-modeliruyushchaya-tehnologiya-v-professionalnoy-metodicheskoy-podgotovke-uchitelya-inostrannogo-yazyka>, accessed 20.11.2020 (in Russ.).
6. Kazakova, N. Yu. (2016) Printsipy proektirovaniya obuslovlivayushchikh dostizhenie sostoyaniya «potoka» aspektov v geym-dizayne [Principles of design of aspects determining the achievement of the “flow” state in game design]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Adyghe State University], No. 1 (172), pp. 150–156 (in Russ.).

7. Karpikova, I. S., Artamonova V. V. (2018) Privlechenie auditorii k tsifrovym SMI s pomoshch'yu elementov geymifikatsii [Attracting the audience to digital media using elements of gamification]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of theory and practice of journalism], No. 4, pp. 559–614, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/privlechenie-auditorii-k-tsifrovym-smi-s-pomoschyu-elementov-geymifikatsii>, accessed 20.11.2020 (in Russ.).

8. Kuznetsov, N. V. (2019) Onlayn-obrazovanie: klyuchevye trendy i prepyatstviya [Online education: key trends and obstacles]. *E-Management*, No. 2 (1), pp. 19–25, available at: <https://e-management.guu.ru/jour/article/view/24/25>, accessed 20.11.2020 (in Russ.).

9. Ob obrazovanii v Rossiyskoy Federatsii : Federal'nyy zakon ot 29.12.2012 № 273-FZ : red. ot 31.07.2020 : prinyat Gosudarstvennoy Dumoy 21 dekabrya 2012 goda : odobren Sovetom Federatsii 26 dekabrya 2012 goda [On education in the Russian Federation: Federal Law of December 29, 2012 No. 273-FZ: ed. from 31.07.2020: adopted by the State Duma on December 21, 2012: approved by the Federation Council on December 26, 2012]. *Konsul'tantPlyus : spravochno-pravovaya sistema* [ConsultantPlus: reference and legal system], available at: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/), accessed 20.11.2020 (in Russ.).

10. Orlova, O. V., Titova V. N. (2015) Geymifikatsiya kak sposob organizatsii obucheniya [Gamification as a way of organizing training]. *Vestnik TGPU* [Bulletin of TSPU], No. 9 (162), pp. 60–64, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-sposob-organizatsii-obucheniya>, accessed 20.11.2020 (in Russ.).

11. Kheyzinga, Y. (2019) *Homo ludens. Chelovek igrayushchiy* [Homo ludens. Man playing]. M.: Azbuka Attikus, 440 p. (in Russ.).

12. Kapp, K., Blair L., Mesch R. (2013) *The Gamification of Learning and Instruction Fieldbook: Ideas into Practice*. San Francisco: Wiley, 480 p.

**Бобыкина Ирина Александровна**, доктор педагогических наук, заведующий кафедрой делового иностранного языка, Челябинский государственный университет.  
[bobykina-ia@mail.ru](mailto:bobykina-ia@mail.ru)

**Короткова Владислава Сергеевна**, преподаватель кафедры делового иностранного языка, Челябинский государственный университет.  
[muharkinavs@gmail.com](mailto:muharkinavs@gmail.com)

УДК 37

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10411

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ  
ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ  
НА ПРИМЕРЕ ДНЯ ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО АГРАРНОГО  
УНИВЕРСИТЕТА**

**Т. А. Верецагина, Д. Е. Филиппов, О. А. Вихорева**  
*Челябинский государственный университет, Челябинск*

*В статье представлен опыт проведения профориентационного мероприятия в онлайн-формате; описана технология подготовки и проведения мероприятия «День открытых дверей» с использованием современных цифровых ресурсов как элемент корпоративной культуры вуза; в технологии выделены три этапа, обеспечивающие достижение запланированной цели на основе характеристики их специфически обусловленного вклада.*

**Ключевые слова:** корпоративная культура, профориентационное мероприятие, технология подготовки и проведения виртуального мероприятия, абитуриент, интерактивная площадка.

XXI век открыл миру новые возможности для организации взаимодействия, сделав доступным средством связи интернет. Торговля, бизнес-сотрудничество значительно обновили свои модели развития, опираясь на возможности виртуального мира [10]. Существенным вызовом наступающего третьего десятилетия XXI века явилась пандемия коронавирусной инфекции, которая вызвала законодательное ограничение непосредственного взаимодействия между людьми в социуме («оффлайн-контактов») и перенос значительной части контактов в виртуальную сферу («онлайн-контактов»). Такая ситуация потребовала пересмотра всех технологий взаимодействия с учетом имеющихся возможностей виртуального мира и очень быстрого перехода к использованию онлайн-контента [8].

Одну из самых массовых ситуаций взаимодействия определяет процесс перехода потенциального абитуриента в реального студента, зачисленного в один из вузов. С одной стороны, выступают учащиеся выпускного класса средней школы, выпускники средних профессиональных учебных заведений и их родители как субъекты профессионального выбора, а, с другой, представители вузов, обеспечивающие приемную кампанию. Традиционно самым значимым мероприятием, определяющим последующий выбор абитуриента, является «День открытых дверей», ежегодно проводимый вузами страны. Данное профориентационное мероприятие отражает уровень корпоративной культуры вуза и позволяет рассматривать его как элемент ее трансляции на основе реализации целенаправленной информационной деятельности [1; 4; 5; 7; 9]. В этом случае корпоративная культура выступает как совокупность процессов и действий, осуществляемых с использованием информационных ресурсов и инфраструктуры с целью производства информационных продуктов, услуг и их распространения.

В условиях запрета на проведение массовых мероприятий весной 2020 года был востребован виртуальный формат профориентационных мероприятий. Рассмотрим технологию подготовки и проведения виртуального мероприятия «День открытых дверей» на примере опыта Южно-Уральского государственного агроинженерного университета (ГБОУВО «ЮУрГАУ») на основе действующих трендов корпоративной культуры вуза [3].

В представляемой технологии имеются три взаимосвязанных этапа, каждый из которых характеризуется направленностью на достижение запланированной цели – охват мероприятием максимально возможной аудитории и корректировка социальной ситуации на основе организации обратной связи с потенциальными участниками. Данные этапы выделены на основе их содержательных особенностей:

- подготовительный этап направлен на проектирование информационных процессов, средств, отбор информационных ресурсов и инфраструктуры,
- коммуникативный этап обеспечивает распространение и присвоение аудиторией информационного продукта,
- корректирующий этап позволяет индивидуализировать информационный продукт на основе запросов абитуриентов через «беседы» и «рассылки», сформированные в социальных сетях и мессенджерах в рамках предыдущих этапов.

Прежде всего, необходимо охарактеризовать подготовительный этап, который включает в себя определенные тактико-технические мероприятия и выступает как формирование комплексной программы коммуникации с целевыми аудиториями. На данном этапе осуществляется

- во-первых, выбор интерактивной площадки для размещения контента;
- во-вторых, создание информационного поста, имеющего определенную структуру, а именно:

1) аудиовизуальный контент справочного характера о возможностях вуза (фоторяд, выступления руководителей вуза), рассчитанный на прямую трансляцию и включающий обращение к зрителям по поводу возможности вступить в «онлайн-беседы» и подписаться на рассылку;

2) публикацию информационной статьи с гиперссылками на все важные для абитуриентов ресурсы университета (паблик Приемной комиссии, сайт университета) и интерактивным взаимодействием PR-характера для более полного ознакомления с преимуществами вуза [6].

Выбор интерактивной площадки определяется следующими критериями: количество подписчиков, возможности формирования диалога как в рамках самого мероприятия, так и в последующем, возможность прямой трансляции мероприятия с использованием предварительного оповещения [2]. Исходя из этого, для проведения «Дня открытых дверей» Южно-Уральского государственного агроинженерного университета была выбрана социальная сеть «ВКонтакте», имеющая большое количество пользователей. Для поддержки диалога с участниками мероприятия были созданы «беседы» по работе каждого подразделения университета – Института, а также по темам, наиболее обсуждаемым в рамках традиционного оффлайн-проведения данного мероприятия. Для повышения информационного потенциала была организована подписка на получение материалов о работе приемной комиссии, о порядке подачи заявлений и документов в условиях виртуального режима работы Приемной комиссии вуза и т. д.

Информационный пост позволяет познакомить с содержанием работы вуза в различных форматах: видеоряд, статистическая информация, виртуальное общение с руководителями вуза и его подразделений, актуализированное за счет возможности задать вопросы и получить ответы непосредственно после их выступлений в реальном времени и после окончания мероприятия. Поэтому в качестве существенной составляющей структуры такого поста выступает периодическое обращение к слушателям с информацией о возможности вступить в «беседы» и подписаться на рассылку материалов, связанных с приемной кампанией. Статья, входящая в рассматриваемый пост, позволяет не только адресовать абитуриентов к требуемому контенту, но и познакомить их с преимуществами вуза, а затем на основе интерактивного голосования выделить наиболее значимые для абитуриентов моменты в деятельности

вуза, что создает не только ситуацию развития для университета, но и обеспечивает будущим студентам приобщение к ценностям вуза. Такое ценностно-смысловое наполнение позволяет создавать лично значимую позицию вовлечения в жизнь вуза уже на этапе поступления.

Коммуникативный этап охватывает непосредственное проведение самого мероприятия «День открытых дверей», что связано с размещением подготовленного контента в определенных пабликах, выбор которых определяется, в конечном счете, их популярностью на основе количества подписчиков. Рассматриваемое мероприятие определялось размещением контента в трех пабликах различных уровней:

- сайт Приемной комиссии Южно-Уральского государственного агроинженерного университета, уровень университета (обеспечил 3000 просмотров),
- сайт «Наш Челябинск», уровень города (обеспечил 71 тысячу просмотров),
- сайт «Регион 74», уровень региона (обеспечил 49 тысяч просмотров).

Соответственно мероприятие охватило в целом 150 тысяч участников за неделю после первого дня трансляции. Такой охват при оффлайн-проведении подобного мероприятия невозможен. Соответственно, рассматриваемый формат обеспечивает значительное расширение аудитории по сравнению с традиционным сценарием проведения. Расширение аудитории было также достигнуто путем рассылки поста для размещения на сайтах образовательных учреждений и в различных мессенджерах.

Корректирующий этап обеспечивает создание среды заинтересованного общения абитуриента и вуза на основе использования наиболее актуальных для молодых людей средств связи. Взаимодействие с потенциальными абитуриентами на основе «бесед» и «личных сообщений» существенно увеличивает их информационную действенность по сравнению с использованием возможностей рассылки по электронной почте и телефона. Это связано с эффектом диалогичности такого общения для молодежной аудитории, реализующей значительную часть значимых взаимодействий на основе социальных сетей и мессенджеров, имеющих функцию чата. При этом открываемость данных сообщений в «беседах» и «личных сообщениях» составляет от 50 до 80 процентов, в то время как для сообщений электронной почты данный показатель составляет от 10 до 20 процентов. Телефон как средство связи в данных условиях может обеспечить контакты только в определенный временной интервал и требует уже заранее сформированных вопросов. Социальные сети реализуют более раскованное и свободное общение.

Представленная технология позволяет обеспечить эффективную профориентационную деятельность вуза на основе элементов корпоративной культуры с учетом особенностей потенциальной аудитории и ее потребностей. Использование такой технологии возможно как в ситуации ограниченного оффлайн-взаимодействия, так и в любом социальном пространстве.

### Список литературы

1. Беляев, А. Корпоративная культура университета: от теории к практике / А. Беляев. – Текст : непосредственный // Высшее образование в России. – 2007. – № 11. – С. 65–71.
2. Гавра, Д. П. Российские связи с общественностью в цифровой среде: трансформация профессиональных практик / Д. П. Гавра, А. С. Савицкая – Текст : непосредственный // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения. Сборник материалов Международного научного форума / отв. ред. В. В. Васильева. – Санкт-Петербург, 2019. – С. 155–157.
3. Кейс: виртуальный день открытых дверей ЮУрГАУ. – Текст : электронный // Youtube : [сайт] – 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aQuNkuuQv-w&t=1827s> (дата обращения: 05.12.2020).

4. Колесников, А. В. Корпоративная культура современных организаций : курс лекций / А. В. Колесников. – Москва : Издательство «Альфа-пресс», 2011. – 448 с. – Текст : непосредственный.
5. Погодина, А. В. Модели корпоративной культуры вузов / А. В. Погодина, С. Д. Крылова. – Текст : непосредственный // Психологическая наука и образование. – 2008. – № 5. – С. 92–97.
6. Приемная комиссия ЮУРГАУ – Текст : электронный // ВКонтакте : [сайт] – URL: [https://vk.com/sursau?w=wall-1856799\\_8549](https://vk.com/sursau?w=wall-1856799_8549) (дата обращения: 05.12.2020).
7. Соломанидина, Т. О. Организационная культура компании: учебное пособие / Т. О. Соломанидина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 624 с. – Текст : непосредственный.
8. Фатеева, И. А. Новые технологические форматы медиаобразовательных проектов / И. А. Фатеева. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – Челябинск, 2015. – № 5 (360). – С. 40–46.
9. Федорова, А. А. Корпоративная культура в системе управления организацией : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: теория управления экономическими системами; макроэкономика; экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда» : дис. ... канд. экон. наук / Федорова Анастасия Александровна. – Москва, 2005. – 172 с. – Текст : непосредственный.
10. Чумиков, А. PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0. / А. Чумиков, М. Бочаров, М. Тишкова. – Москва : Альпина Паблишерз, 2010. – 134 с. – Текст : непосредственный.

**CORPORATE CULTURE AS A CONDITION FOR EFFECTIVE ORGANIZATION  
OF PROFORIENTATION EVENTS UNDER PANDEMIC CONDITIONS  
ON THE EXAMPLE OF THE OPEN DOOR DAY  
OF SOUTH URAL AGRARIAN UNIVERSITY**

***T. A. Vereshchagina***

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, vereshagina48@mail.ru*

***D. E. Filippov***

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, dmifilippov@yandex.ru*

***O. A. Vikhoreva***

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, ralsko2@mail.ru*

*The article presents the experience of conducting a career guidance event in an online format; the technology of preparation and holding of the “Open Day” event with the use of modern digital resources as an element of the corporate culture of the university is described; in technology, three stages are identified that ensure the achievement of the planned goal based on the characteristics of their specifically determined contribution.*

**Keywords:** corporate culture, career guidance event, technology for preparing and holding a virtual event, entrant, interactive platform.

## References

1. Belyaev, A. (2007). Korporativnaya kul'tura universiteta: ot teorii k praktike [Corporate culture of the university: from theory to practice]. *Vysshee obrazovanie v Rossii* [Higher education in Russia]. 11, pp. 65–71 (in Russ.).
2. Gavra, D. P. & Savitskaya, A. S. (2019). Rossiyskie svyazi s obshchestvennost'yu v tsifrovoy srede: transformatsiya professional'nykh praktik [Russian public relations in the digital environment: transformation of professional practices]. *Media v sovremennom mire. 58-e Peterburgskie chteniya. Sbornik materialov Mezhdunarodnogo nauchnogo foruma / otv. red. V. V. Vasil'eva* [Media in the modern world. 58th Petersburg Readings. Collection of materials of the International Scientific Forum / otv. ed. V. V. Vasilieva]. Sankt-Peterburg, pp 155–157 (in Russ.).
3. Keys: virtual'nyy den' otkrytykh dverey YuUrGAU (2020). [Case: SUSAU's virtual open day]. *Youtube*, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=aQuNkuuQv-w&t=1827s>, accessed 05.12.2020 (in Russ.).
4. Kolesnikov, A. V. (2011). *Korporativnaya kul'tura sovremennykh organizatsiy : kurs lektsiy* [Corporate culture of modern organizations: a course of lectures]. Moscow: Izdatel'stvo «Al'fa-press», 448 p. (in Russ.).
5. Pogodina, A. V. & Krylova, S. D. (2008). Modeli korporativnoy kul'tury vuzov [Models of corporate culture of universities]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education]. No. 5, pp. 92–97 (in Russ.).
6. Priemnaya komissiya YuURGAU (2020). [Admissions office of YuURGAU]. *Vkontakte*, available at: [https://vk.com/sursau?w=wall-1856799\\_8549](https://vk.com/sursau?w=wall-1856799_8549), accessed 05.12.2020 (in Russ.).
7. Solomanidina, T. O. (2007). *Organizatsionnaya kul'tura kompanii: uchebnoe posobie* [Organizational culture of the company: a tutorial]. Moscow: INFRA-M. 624 p. (in Russ.).
8. Fateeva, I. A. (2015). Novye tekhnologicheskie formaty mediaobrazovatel'nykh proektov [New technological formats of media education projects]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University]. No. 5 (360), pp. 40–46 (in Russ.).
9. Fedorova, A. A. (2005). *Korporativnaya kul'tura v sisteme upravleniya organizatsiey : spetsial'nost'* [Corporate culture in the organization management system] : dis. ... kand. ekon. nauk. Moscow. 172 p. (in Russ.).
10. Chumikov, A. & Tishkova, M. (2010). *PR v Internete: web 1.0, web 2.0, web 3.0* [PR on the Internet: web 1.0, web 2.0, web 3.0]. Moskva : Al'pina Pablishez, 134 p. (in Russ.).

**Верещагина Татьяна Александровна**, кандидат экономических наук, декан экономического факультета, Челябинский государственный университет.  
vereshagina48@mail.ru

**Филиппов Дмитрий Евгеньевич**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной работы и социологии, Челябинский государственный университет.  
dmifilippov@yandex.ru

**Вихорева Ольга Александровна**, кандидат педагогических наук, доцент, профессор РАЕ, доцент кафедры социальной работы и социологии, Челябинский государственный университет.  
ralsko2@mail.ru

УДК 37

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10412

## ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ МЕДИЦИНСКОЙ ПСИХОЛОГИИ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

*М. Ю. Гришанина*

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург*

*В статье рассмотрены основные аспекты преподавания медицинской психологии студентам-психологам, описаны основные понятия медицинской психологии, ее предмет и разделы. Отмечено, что медицинская психология является сложным предметом для преподавания и восприятия, так как стоит на стыке медицинских и психологических наук, требует специальных знаний от слушателя и педагога. Приведены примеры описания научных статей по теме и их важность для понимания студентами современной ситуации предмета. Также рассмотрены особенности эффективного восприятия студентами изучаемой информации и пробуждения у них заинтересованности к предмету.*

**Ключевые слова:** преподавание, методика преподавания, медицинская психология, высшая школа, технологии.

Медицинская психология включает в себя аспекты многих смежных дисциплин, с которыми имеет общие закономерности, такие как психиатрия, неврология, общая психология, нейрохирургия и т. д. Тем не менее медицинская (часто – клиническая) психология является отдельной дисциплиной, методика преподавания которой имеет свои особенности.

Сегодня данная дисциплина преподаётся во многих вузах. Для обучающихся в СПбГУ, получающих магистерское образование, курс строится исходя из общей концепции универсальности, фундаментальности знаний.

Многие исследователи и преподаватели-практики считают, что медицинская психология изучает влияние: оно может быть как травмирующим для человека, так и исцеляющим, помогающим, из чего следует, что *предметом* медицинской психологии являются психотравмирующие или психотерапевтические факторы. Именно с этого стоит начинать преподавание того или иного курса, связанного с медицинской психологией. Далее, общим, но, безусловно, значимым блоком в преподавании данной темы будут являться *разделы медицинской психологии*, в которые входят: психотерапия, психофармакология, психопрофилактика, психокоррекция, психогигиена и психотаксикология [2. С. 202]. Последний раздел является довольно новым в описываемой теме, он изучает зависимость индивида от того или иного химического вещества. Конечно, упор в преподавании на один или несколько разделов будет зависеть от «публики», то есть от того, какие слушатели перед нами, к какому направлению психологии они относятся и т. д. Преподаватели по окончании курса просят обучающихся дать обратную связь качеству и эффективности обучения, причем в различной форме (письменная, устная, анонимная). По мнению студентов, каждый раздел важен, и он должен быть изложен последовательно наряду с другими темами дисциплины.

Стоит уточнить, на какой вид деятельности направлены студенты, научную или практическую, поскольку в содержании занятий, направленных на практическую деятельность, будет упор на диагностику и изучение психических состояний, психотерапию и психологическое консультирование, психофармакологию, выявление неврозов, пограничных состояний, психозов. Также студентам, направленным на



практическую работу, связанную с медицинской психологией, будет полезно дать домашнее задание, которое включает наблюдение за своими знакомыми или прохожими на улице с целью заметить то или иное проявление разных психических состояний, невротических симптомов, деталей поведения. Такое задание окажет положительное влияние на развитие профессиональных навыков студентов и поспособствует повышению их интереса к обучению.

Массивным блоком преподавания психологии, в частности медицинской психологии, является *обзор современных исследований*, посвященных той или иной теме занятия. На данный момент эмпирические исследования являются важной информационной составляющей для понимания проблемы в науке и направлений ее изучения. Для студентов, направленных на практическую работу, будут важны и интересны исследования об эффективности различных видов терапии. Например, исследование, сравнивающее эффективность когнитивно-поведенческой терапии и личностно-ориентированной (реконструктивной) терапии (ЛОРП) при тревожных расстройствах и инсомнии [6. С. 60], показало эффективность обоих видов лечения при нарушениях сна, однако ЛОРП позволила достичь более выраженного и стабильного состояния пациентов. В рамках тех же двух видов психотерапии были рассмотрены иррациональные когнитивные установки больных тревожно-фобическими невротическими расстройствами [9. С. 53]. Была установлена связь между неадекватными ситуациями эмоциями и иррациональными установками, работа с которыми увеличивает эффективность лечения таких пациентов. Особенности невротических пациентов могут быть связаны с социальными и социально-экономическими условиями проживания. В работе с невротическими пациентами и пациентами, имеющими расстройства личности, эффективной является групповая терапия, которая активно исследуется в современной науке.

Сравнение эффективности интенсивной краткосрочной групповой психотерапии при лечении невротических и личностных расстройств показало, что групповая психотерапия способствует значительному снижению симптомов невротических расстройств. Более того, при измерении невротических черт личности у обеих групп после окончания интенсивного психотерапевтического курса показатели были близки к средним у здоровых людей, а значимых различий у мужчин и женщин не обнаружено. Из результатов данного исследования можно сделать вывод о том, что групповая психотерапия является эффективной и безопасной для невротических и личностных расстройств, способствует значительному снижению невротических симптомов у пациентов, а также является менее затратной по времени. Однако возникает вопрос о сохранении данного эффекта на продолжительный срок после завершения курса психотерапии.

Таким образом, для преподавателя, который является автором или ведущим данной дисциплины, вопрос о включении психотерапии в программу очевиден. Однако возникает следующий вопрос: в какой форме целесообразно преподносить слушателям данный раздел? Студенчество – сложная и этим крайне интересная социальная категория, «отличающаяся от других групп населения высоким образовательным уровнем, высокой познавательной мотивацией, наивысшей социальной активностью и достаточно гармоничным сочетанием интеллектуальной и социальной зрелости. Но это все приходит с годами обучения в вузе. Если в армии есть поговорка «год – за два», то студент проживает за учебный год не менее пяти лет того времени, которое отведено другим группам молодых людей» [5. С. 100]. Каждый учебный год – это эпоха в познании мира и самого себя.

Поэтому психотерапевтическое обучение требует, с одной стороны, максимальной осторожности, с другой – полного освоения методик путем самопознания и самоменеджмента.

Ряд авторов [11. С. 136] утверждает, что в связи с социально-стрессовыми условиями в России и мире увеличилась распространенность невротических адаптационных расстройств, но остаются незавершенные вопросы об их клинической трактовке и диагностике, что связано с различными классификационными критериями. Авторы говорят о разработке «осевой симптоматики» данных расстройств, что облегчит и сделает более эффективной диагностику и адекватность лечения больных невротическими адаптационными расстройствами. Одно из исследований, посвященных сравнению эффективности программ лечения невротических и личностных расстройств [14. С. 157], проверяло три интенсивных программы лечения: групповая психотерапия, психодрама и психоэдукация (просвещение пациента и его близких). Исследователи пришли к выводу, что присутствуют существенные различия в эффективности программ лечения неврозов и нарушений личности, а также была выведена гипотеза о связи результатов с характеристикой терапевтических коллективов, что делает необходимым мониторинг эффективности терапевтов.

Эти и многие другие исследования в медицинской психологии являются значимыми в понимании динамики современной научной деятельности. Преподавателю стоит осветить некоторые исследования, связанные с разными аспектами изучаемого курса, для общей осведомленности студента и вызвать у него интерес к будущему изучению более узкого вопроса медицинской психологии.

Психодиагностика – один из ключевых навыков медицинского психолога, в связи с чем именно ей стоит посвятить больше как лекционных, так и семинарских, практических занятий. Так как семинарские занятия являются активной, диалоговой формой обучения [7. С. 116], продуктивной формой их проведения по теме психодиагностики будет подготовка студентами выступлений, описывающих разные виды психодиагностики, а также классификацию психогенных заболеваний, которые в медицинской психологии делятся на неврозы (неврастения, истерический невроз, невроз навязчивых состояний) и реактивные психозы.

Студенту следует уметь диагностировать и дифференцировать психопатическую личность и акцентуацию характера. Данные темы должны сопровождаться примерами из практики преподавателя или из других источников – без них студенту будет сложнее понять данные довольно сложные темы. Материал будет закреплен в большей степени при применении его студентами в наблюдении вне университета. С диагностикой также связана тема типологий пациентов или клиентов (в случае психологического консультирования или психотерапии), где, безусловно, стоит обращать внимание на то, насколько мотивирован человек, сидящий перед медицинским психологом, и мотивирован ли вообще, понимать отношение пациента как к психологу, так и к той проблеме, с которой он пришел. Эти знания и навыки в совокупности накапливаются у студента благодаря теоретической и практической части курса (или нескольких курсов), они составляют целостное представление о предмете у студента, поэтому как теория, так и практика важны в преподавании медицинской психологии.

Существуют также исследования особенностей личности педагога, в частности влияние такой особенности, как акцентуация характера педагога, на его деятельность. Одним из таких исследований является составление рефлексивного портрета педагога с гипертимической акцентуацией характера [4. С. 49], где выявлена взаимосвязь между педагогической рефлексией и защитными механизмами, присущими данному типу акцентуации, а также в целом неоднозначная взаимосвязь рефлексии и защитных механизмов. У педагогов, имеющих акцентуацию характера, защитная рефлексия и многие психологические защиты имеют отрицательную связь с педагогической рефлексией, но при более ярко развитой педагогической рефлексии у педагога также более выражены психологические защиты. Результаты исследования говорят о довольно сложных и

неоднозначных корреляциях в триаде «психологическая защита – педагогическая рефлексия – защитная рефлексия» у педагогов с гипертимической акцентуацией личности. Данные особенности могут проявляться в освоении педагогом новых и эффективных форм поведения, так как такие ситуации могут оказаться стрессовыми для акцентуированного педагога.

Помимо исследования акцентуаций педагогов, были также исследованы и акцентуированные студенты. В исследовании на выявление групп риска психической дезадаптации среди студентов [12. С. 28] было установлено, что более всего психической дезадаптации подвержены студенты с истероидными и параноидальными акцентуированными чертами, а лучше всего к вузу адаптируются личности с астенической акцентуацией, без выраженных акцентуированных черт. Часть результатов соответствует результатам предыдущих, более давних исследований [10. С. 12; 1. С. 20; 3. С. 9], однако новизна описываемой работы заключается в выявлении акцентуированных личностей, наиболее хорошо адаптирующихся к новым условиям обучения, и акцентуантов, которые находятся в дезадаптивной группе риска, а также в исследовании составляющих адаптации студентов. Также среди обучающихся было проведено исследование на выявление влияния какой-либо акцентуации на наркоманию [13. С. 510]. Выяснилось, что взаимосвязь студентов вузов, имеющих акцентуацию характера, с наркоманией меньше, нежели взаимосвязь студентов среднего профессионального образования, что может объясняться более высокой социальной адаптацией и уровнем самоконтроля у студентов, получающих высшее образование. Студенты, склонные к употреблению алкоголя и наркотиков, обладают менее адекватной стратегией поведения и адаптации, меньшей личной и социальной эффективностью. При алкогольной зависимости у акцентуированных студентов наблюдаются конфронтационный копинг, дистанцирование и побег как защитные реакции. Акцентуированные студенты, имеющие наркозависимость, обладают такими способами поведения, как избегание, побег, частый отказ от поиска социальной поддержки или плана решения проблем. Также они больше обращают внимание на негативные аспекты различных социально-психологических ситуаций. Данные результаты могут быть полезны для разработки новых программ для учителей и психологов, соприкасающихся со студентами, имеющими ту или иную зависимость.

В процессе преподавания такого предмета, как медицинская психология, обязательно стоит обратить внимание на то, как определяются те или иные термины международной классификацией болезней 10-го пересмотра (МКБ-10), так как корректное и объективное понимание психопатологических особенностей является одним из ключевых в работе медицинского психолога. МКБ-10 определяет невротическое расстройство (невроз, психоневроз) как собирательное название для группы функциональных психогенных обратимых расстройств, имеющих тенденцию к затяжному течению [8]. Также МКБ-10 классифицирует неврозы на несколько видов: невроз навязчивых состояний, тревожно-фобическое невротическое расстройство, истерический невроз и неврастению. Расстройство личности (личностное расстройство, психопатия) определяется МКБ-10 как тяжелое нарушение характерологической конституции и поведенческих тенденций индивидуума, вовлекающее обычно несколько сфер личности и почти всегда сопровождающееся личностной и социальной дезинтеграцией. Промежуточным звеном между расстройством личности и состоянием здоровья является личностная акцентуация. В нынешней версии МКБ-10 акцентуации не выделены в отдельную категорию, что затрудняет регистрацию субсиндромальных изменений в работе психиатров. В новой версии МКБ-11, которая вступит в силу в 2022 году, акцентуация личности («personality difficulty») будет выделена в отдельную группу и классифицирована как подпороговый уровень расстройства. Регистрация акцентуации необходима, так как ее наличие

повышает риск необходимости медицинского вмешательства в определенных условиях, например, в стрессовых ситуациях.

Наряду с обзором научных статей, пониманием терминов и механизмов работы как здоровых людей, так и пациентов, студенту необходимо знать, как правильно искать научную информацию. В данный момент существует немало научных исследований, научных журналов, и среди множества различных источников бывает довольно сложно найти именно тот, который подходит для научного исследования, написания дипломной работы или статьи. Особенно эта тема будет актуальна для студентов, нацеленных на научную работу в будущем.

Эти и многие другие аспекты преподавания медицинской психологии являются чрезвычайно важными и могут с разной скоростью пониматься студентами. В процессе изучения может возникать множество вопросов, на каждый из которых требуется развернутый ответ. Курсам, связанным с медицинской психологией, стоит уделять достаточно много времени, чтобы ни одна из тем не была пропущена, а студенты их хорошо усвоили. Анализ и разбор реальных фактов также может занимать немало времени, а для большей продуктивности после каждой темы лучше всего давать студентам список литературы, перечитав который, они смогут найти ответы на свои незакрытые вопросы.

### Список литературы

1. Агличева, И. В. Комплексное исследование особенностей личностной адаптации студентов вуза : дис. ... канд. психол. наук / И. В. Агличева. – Ставрополь, 2006. – 143 с. – Текст : непосредственный.
2. Бадмаев, Б. Ц. Методика преподавания психологии / Б. Ц. Бадмаев. – М. : Владос, 2001. – 301 с. – Текст : непосредственный.
3. Борисова, С. В. Психическое здоровье студентов профессионального технического училища как фактор их психологической адаптации к процессу обучения : дис. ... канд. психол. наук / С. В. Борисова. – М., 2009. – 166 с. – Текст : непосредственный.
4. Гасанова, Д. И. Рефлексивный портрет педагога с гипертимической акцентуацией характера / Д. И. Гасанова. – Текст : непосредственный // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки. – 2012. – № 4 (21). – С. 49–54.
5. Гришанина, А. Н. Студент и преподаватель на журфаке: учимся психологии взаимодействия / А. Н. Гришанина. – Текст : непосредственный // Журналист. Социальные коммуникации. – 2014. – № 3 (15). – С. 97–108.
6. Караваева, Т. А. и др. Сравнительное исследование эффективности личностно-ориентированной (реконструктивной) и когнитивно-поведенческой психотерапии при тревожных расстройствах невротического уровня с инсомнией / Т. А. Караваева. – Текст : непосредственный // Журнал неврологии и психиатрии им. С. С. Корсакова. Спецвыпуски. – 2018. – Т. 118, № 4. – С. 60–66.
7. Карандашев, В. Н. Методика преподавания психологии [Текст] / В. Н. Карандашев. – СПб., 2005. – 247 с. – Текст : непосредственный.
8. Международная классификация болезней 10-го пересмотра. – Текст : электронный // Официальный сайт. – URL: <https://mkb-10.com/> (дата обращения: 14.01.2020).
9. Мизинова, Е. Б. и др. Иррациональные когнитивные установки больных с тревожно-фобическими невротическими расстройствами как мишени психотерапии / Е. Б. Мизинова. – Текст : непосредственный // Обозрение психиатрии и медицинской психологии имени В. М. Бехтерева. – 2017. – № 1. – С. 53–57.
10. Ронгинская, Т. И. Профилактика стресса в студенческой среде / Т. И. Ронгинская. – Текст : непосредственный // Тезисы научно-практической конференции «Ананьевские

чтения – 2001» / под общ. ред. А. А. Крылова, В. А. Якунина. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2001. – С. 12–13.

11. Свечников, Д. В., Курасов, Е. С. Невротические адаптационные расстройства в современной психиатрической практике (анализ состояния проблемы) / Д. В. Свечников. – Текст : непосредственный. // Вестник национального медико-хирургического центра им. Н. И. Пирогова. – 2013. – Т. 8, № 4. – С. 136–140.

12. Тюряпина, И. В. Группы риска психической дизадаптации среди студентов-первокурсников вуза с различными типами акцентуации личности / И. В. Тюряпина. – Текст : непосредственный // Экология человека. – 2014. – № 3. – С. 28–33.

13. Cheverikina, E. A. et al. The Influence of Personality Accentuation on Drug Addiction among Students / E. A. Cheverikina. – Текст : непосредственный // Life Science Journal. – 2014. – Т. 11, № 8s. – P. 510–515.

14. Styła, R. Differences in effectiveness of intensive treatment programmes for neurotic and personality disorders. Is it worth monitoring effectiveness of a therapeutic team / R. Styła. – Текст : непосредственный. // Psychiatr. Pol. – 2014. – Т. 48, № 1. – P. 157–171.

## PECULIARITIES OF TEACHING MEDICAL PSYCHOLOGY IN HIGHER SCHOOL

**M. Yu. Grishanina**

*Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, st047640@student.spbu.ru*

*The article discusses the main aspects of teaching medical psychology to students, describes the basic concepts of medical psychology, its subject and sections. It is noted that medical psychology is a difficult subject for teaching and perception, as it stands at the junction of medical and psychological sciences, requires special knowledge from the listener and the teacher. It describes the difference between teaching students who are focused on practical and theoretical (scientific) activities, as well as examples of homework. Examples of the description of scientific articles on the topic and their importance for students' understanding of the current situation of the subject are given. The features of the effective perception of the studied information by students and the awakening of their interest in the subject are also considered; the main psychodiagnostic and psychotherapeutic competences of students, the importance of the emphasis of teaching on differential diagnosis is noted. At the end of the article, studies are presented on the characteristics of the teacher's personality, his reflection, as well as some personal characteristics of students and the importance of understanding terms in the international classification of diseases.*

**Keywords:** teaching, teaching methods, medical psychology, high school, technology.

### References

1. Aglicheva, I. V. (2006) *Kompleksnoe issledovanie osobennostej lichnostnoj adaptacii studentov vuza* [Comprehensive study of the features of personal adaptation of University students]: dis. ... kand. psihol. nauk. Stavropol', 143 p (in Russ.).

2. Badmaev, B. C. (2001) *Metodika prepodavaniya psihologii* [Methods of teaching psychology]. M.: Vldos, 301 p. (in Russ.).

3. Borisova, S. V. (2009) *Psihicheskoe zdorov'e studentov professional'nogo tekhnicheskogo uchilishcha kak faktor ih psihologicheskoy adaptacii k processu obucheniya* [Mental health of vocational school students as a factor of their psychological adaptation to the learning process]: dis. ... kand. psihol. nauk, M., 166 p. (in Russ.).

4. Gasanova, D. I. (2012) Refleksivnyj portret pedagoga s gipertimicheskoj akcentuaciej haraktera [Reflexive portrait of a teacher with hyperthymic character accentuation]. *Izvestiya Dagestanskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Psihologo-pedagogicheskie nauki* [Bulletin of the Dagestan State Pedagogical University. Psychological and pedagogical sciences], No. 4 (21), pp. 49–54 (in Russ.).

5. Grishanina, A. N. (2014) Student i prepodavatel' na zhurfake: uchimsya psihologii vzaimodejstviya [Student and teacher at the faculty of journalism: learn the psychology of interaction]. *ZHurnal. Social'nye kommunikacii* [Journalist. Social communications], No. 3 (15), pp. 97–108 (in Russ.).

6. Karavaeva, T. A. (2018) Sravnitel'noe issledovanie effektivnosti lichnostno-orientirovannoj (rekonstruktivnoj) i kognitivno-povedencheskoj psihoterapii pri trevozhnyh rasstrojstvah nevroticheskogo urovnya s insomniej [Comparative study of the effectiveness of personality-oriented (reconstructive) and cognitive-behavioral psychotherapy in neurotic anxiety disorders with insomnia]. *ZHurnal nevrologii i psikiatrii* [Journal of Neurology and Psychiatry], Vol. 118, No. 4, pp. 60–66 (in Russ.).

7. Karandashev, V. N. (2005) *Metodika prepodavaniya psihologii* [Methods of teaching psychology]. SPb., 247 p. (in Russ.).

8. *Mezhdunarodnaya klassifikaciya boleznej 10-go peresmotra* [International classification of diseases 10th revision], available at: <http://mkb-10.com>, accessed 14.01.2020 (in Russ.).

9. Mizinova, E. B. i dr. (2017) Irracional'nye kognitivnye ustanovki bol'nyh s trevozhno-fobicheskimi nevroticheskimi rasstrojstvami kak misheni psihoterapii [Irrational cognitive attitudes of patients with anxiety-phobic neurotic disorders as targets of psychotherapy]. *Obozrenie psikiatrii i medicinskoj psihologii imeni V. M. Bekhtereva* [Review of psychiatry and medical psychology named after V. M. Bekhterev], No. 1, pp. 53–57 (in Russ.).

10. Ronginskaya, T. I. (2001) Profilaktika stressa v studencheskoj srede [Prevention of stress in the student environment]. *Tezisy nauchno-prakticheskoi konferencii «Anan'evskie chteniya – 2001»* [Theses of the scientific-practical conference “Anan'ev readings – 2001”]. SPb.: Izd-vo S.-Peterb. un-ta, pp. 12–13 (in Russ.).

11. Svechnikov, D. V., Kurasov, E. S. (2013) Nevroticheskie adaptacionnye rasstrojstva v sovremennoj psikiatricheskoi praktike (analiz sostoyaniya problemy) [Neurotic adaptive disorders in modern psychiatric practice (analysis of the problem state)]. *Vestnik nacional'nogo mediko-hirurgicheskogo centra im. N. I. Pirogova* [Bulletin of the National Medical Surgical Center. N.I. Pirogova], Vol. 8, No. 4, pp. 136–140 (in Russ.).

12. Tyuryapina, I. V. (2014) Gruppy riska psihicheskoj dizadaptacii sredi studentov-pervokursnikov vuza s razlichnymi tipami akcentuacii lichnosti [Risk groups for mental disadaptation among first-year University students with different types of personality accentuation]. *Ekologiya cheloveka* [Human ecology], No. 3, pp. 28–33 (in Russ.).

13. Cheverikina, E. A. et al. (2014) The Influence of Personality Accentuation on Drug Addiction among Students. *Life Science Journal*. Vol. 11/8, pp. 510–515.

14. Styła, R. (2014) Differences in effectiveness of intensive treatment programmes for neurotic and personality disorders. Is it worth monitoring effectiveness of a therapeutic team. *Psychiatr. Pol.* Vol. 48, No. 1, pp. 157–171.

**Гришанина Мария Юрьевна**, магистрант второго курса, факультет психологии, кафедра «Психическое здоровье», Санкт-Петербургский государственный университет.  
st047640@student.spbu.ru

УДК 070; 37

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10413

## ЖАНРЫ И ФОРМАТЫ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА И МЕТОДИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

*Л. В. Иванова*

*Тольяттинский государственный университет, Тольятти*

*Цифровизация СМИ требует от выпускников вузов по направлению «Журналистика» владения компетенциями, востребованными при производстве материалов для мультимедийной платформы. Их формирование может происходить при изучении дисциплины «Жанры и форматы мультимедийной журналистики». Статья содержит предложения по ее содержательному наполнению с учетом современных трендов развития мультимедийных массмедиа.*

**Ключевые слова:** жанры, форматы, мультимедийная журналистика, спецпроект.

Появление в медиасфере высокотехнологичных СМИ, активно использующих различные сервисы и мультимедийные возможности представления информации, развитие конвергентных редакций, профессиональная миграция выпускников, в том числе в федеральные центры, где сконцентрированы высокие технологии – ставят перед современным журналистским образованием в регионах дополнительные цели и задачи. В частности, цель – формировать у студентов направления «Журналистика» уровня бакалавриата первоначальных, а у студентов-магистрантов – устойчивых профессиональных компетенций, необходимых для производства мультимедийного журналистского контента для интернет-платформы.

Следует отметить, что данный вектор развития журналистского образования закреплен в стандартах нового поколения (ФГОС 3++). В них мультимедийные СМИ рассматриваются как «область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)», а готовность создавать журналистский продукт (или текст) в соответствии с «форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ» или осуществлять редакторскую деятельность «с учетом специфики разных типов СМИ» указываются как типы задач профессиональной деятельности, которые должен решать выпускник вуза.

Знакомство студентов направления «Журналистика» уровня бакалавриата со спецификой мультимедийной журналистики может начинаться с курса, посвященного ее жанрам и форматам. Однако надо понимать, что преподавание дисциплины сопряжено с рядом проблем. И прежде всего, с *терминологической*.

В соответствии с требованиями логического закона тождества, прежде чем рассуждать о чем-либо, необходимо определиться с объемом и содержанием понятий. Следовательно, требуется ввести в учебно-образовательный и профессиональный оборот основные дефиниции, входящие в название дисциплины. Доцент факультета журналистики МГУ Д. Ю. Кульчинская отмечает, что «несмотря на широкое поле практического применения мультимедиа, серьезных теоретических трудов, осмысляющих природу этого феномена, до сих пор немного» [11]. Тем не менее точек зрения, объясняющих понятие «мультимедийность», высказано немало, и отбор «рабочего» определения для дисциплины требует серьезного внимания.

В учебниках по интернет-журналистике мультимедийность рассматривается в качестве типологического признака сетевых СМИ и характеризуется как свойство цифрового представления информации в пределах одного ресурса с помощью нескольких медийных

платформ: «вербального текста, фотографии, аудио-, видео-, графики, анимации и других производных от них форм» [7. С. 63]. А. А. Калмыков и Л. А. Коханова уточняют, что применяться могут все «средства воздействия на потребителя-читателя, какие только возможны технически в данной системе: <...> от чисто литературных (выбора повествовательной стратегии и стилистики) через издательские (шрифты, верстка, иллюстрации) и вплоть до самых сложных компьютерных (звук, анимация, отсылка к другим нехудожественным материалам)» [8. С. 100]. М. А. Уланова отмечает, что обязательным свойством мультимедийности является использование технологий [17. С. 231], а А. А. Никитенко считает, что в отношении сайтов телекомпаний мультимедийность следует понимать «не как представление информации во множестве форматов, а как трансформацию доступа к ней, обеспечивающую наиболее адекватное соответствие запросам пользователя» [13. С. 163].

Для уяснения дефиниции «мультимедийность» нередко теоретики и практики массмедиа соотносят ее с понятием «конвергентность», выделяя сходства, различия и взаимосвязи.

Специфика мультимедийного формата, реализующего возможности конвергенции СМИ на цифровой платформе, глубоко осмыслена в статьях А. Г. Качкаевой, И. В. Кирия, К. Г. Коломеец, Н. Г. Лосевой, О. М. Силантьевой, Л. О. Телень, Т. Б. Тихомировой, М. Г. Филимонова, вошедших в сборник «Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные» [4], а также в статьях Е. Л. Вартановой, где она характеризуется как «представление различных по своей природе форматов информации в одном медийном источнике» [1. С.11].

Установить смысловые различия близких, но не равнозначных понятий также помогают научные рассуждения Д. Ю. Кульчицкой. Она считает, что «мультимедийность – это характеристика продукта, сделанного с использованием различных знаковых систем», а «конвергенция – это процесс сближения различных платформ» [10. С. 104]. Следуя ее логике, можно сделать вывод, что для мультимедийности принципиально важна знаковость, следовательно, кодирование и передача определенных значений, а для конвергенции – технологии. Близкие по смыслу суждения можно найти в статье И.В. Зиновьева «Возможности мультимедийной журналистики на современном этапе развития российских массмедиа»: «мультимедийность – это не механическое соединение разнородных информационных сред <...>, а творческий синтез новых форм и методов журналистской деятельности» [5. С. 84].

Авторы учебника «Мультимедийная журналистика», обращая внимание на строгую целесообразность соединения знаков и технологий, также подчеркивают, что мультимедийное представление интегрирует «в одном произведении самые разные способы передачи информации и использует целый комплекс методов воздействия на аудиторию» [12. С. 37]. О коммуникативной направленности мультимедийного формата, для которого характерна «комбинация знаковых систем с целью комплексного воздействия на пользователя», рассуждает и Д. Ю. Кульчинская [10. С. 101].

Обобщая научные взгляды, можно выделить сущностные признаки понятия «мультимедийность»: это формат представления информации в цифровой среде, для которого характерно объединение платформ, управляемых интерактивным программным обеспечением, а также гармоничное сочетание трех и более знаковых систем по принципу взаимодополнения и кумулятивности для более эффективной передачи информации и обеспечения максимального воздействующего эффекта на потребителя. Обязательными «атрибутом» формата являются гиперссылки. Отталкиваясь от данного определения, можно сформулировать природообразующие признаки мультимедийного журналистского текста: цифровое кодирование смыслов с помощью различных знаковых систем; автоматическое структурирование медиатекстов с помощью специальных программ



и сервисов; модульность (самостоятельность, целесообразность всех элементов); интеграцию (гармоничность сочетания знаковых систем); гипертекстуальность; интерактивность.

В учебно-образовательном процессе предложенные определения могут выполнять не только объясняющую функцию, но и выступать своеобразной системой критериев качества применения мультимедийных технологий при подготовке журналистских текстов.

Термин «формат» в рамках изучения дисциплины также может стать терминологической проблемой, учитывая разнообразие точек зрения ученых и журналистов-практиков на его определение. Не погружаясь в нюансы толкований смыслов понятия, можно разграничить его с семантически близкими терминами и тем самым обосновать целесообразность использования в теории и практике массмедиа для упорядочения профессионально-творческих действий.

Точкой отсчета для понимания феномена формата может стать определение, выработанное на основе синтеза точек зрения О.Р. Лашук [3] и С.К. Степанян [16. С. 13]: это стандарт трансформации информационного потока в способ его представления в зависимости от выбранной платформы и целевой аудитории. Формат – это категория, относящаяся к определенному дискурсу. Следовательно, мультимедийный формат журналистского дискурса – это стандарт полизнакового представления информации, то есть выбора типов знаков и способа их сочетания в зависимости от возможностей платформы и планируемых коммуникативных эффектов. В этом контексте мультимедийные инструменты выступают своеобразными «биологическими добавками», технологически усиливающими коммуникативную направленность, а зачастую, и коммерческую привлекательность дискурса. В зависимости от вариантов сочетания знаковых систем могут возникать мультимедийные субформаты.

Смысловое соотнесение понятий «жанр» и «формат» – еще один аспект терминологической проблемы дисциплины «Жанры и форматы мультимедийной журналистики», имеющий непосредственное влияние на формирование профессиональных компетенций студентов.

Жанр как категория текста, нацеленная на определённое оформление содержания для эффективного решения познавательной задачи, в мультимедийной среде не теряет своей сущности. В один и тот же формат могут быть «интегрированы» разные жанры (например, в формат сторителлинга – story, житейская история, портретный очерк, исповедь). Формат не может заменить жанр, он может «усилить» его коммуникативные ресурсы, может стать причиной процессов смещения и трансформации. Например, мультимедийный сторителлинг заметно меняет морфологические признаки репортажа, корреспонденции, комментария, очерка.

Разграничение понятий жанра и формата имеет принципиально важное значение в рамках рассматриваемой учебной дисциплины, так как помогает определиться с ее *содержательным наполнением*. В данном случае требуются ответы на вопросы: какие мультимедийные субформаты необходимо изучить со студентами, теорию каких жанров освоить. Проводить содержательную селекцию следует, основываясь на результатах изучения актуального дискурса СМИ.

В большинстве современных СМИ мультимедийный формат используется, преимущественно, при подготовке специальных проектов. При этом, если несколько лет назад такой тип контента представлял собой «мини-сайт (подсайт), открывающийся в отдельном окне со стартовой страницы <...> СМИ» [6. С. 80], то сегодня материалы раздела «Спецпроекты» совсем не обязательно уводят пользователя на новый «адрес». Издание «Коммерсант», информационное агентство «РИА-Новости» и информационный холдинг «РБК» предлагают познакомиться с ними непосредственно на собственных платформах.

Изучение дискурса спецпроектов, *интегрированных* с платформами СМИ, позволяет увидеть ситуацию жанрового выбора, понять, какие жанровые процессы происходят под влиянием мультиметизации.

В такого рода контенте разрабатываются актуальные оперативные поводы и проблемные ситуации, в связи с чем используются преимущественно оперативно-исследовательские (корреспонденция, комментарий) и аналитические жанры (статья, обозрение, версия) с мультимедийной структурой.

Очевидно, что мультимедийный формат стал катализатором процессов смешения жанров, породив гибриды, объединяющие различные платформы передачи информации (мультимедийная статья (мультискрипт), твиттер-репортаж (репортаж и новый формат ведения записей), видеокomentarий); «оживил» жанры, которые перестали пользоваться популярностью у печатных и интернет-СМИ. Например, рейтинг и блиц-портрет получили новые выразительные ресурсы благодаря мультиметизации.

Показательным примером трансформации структуры жанра под влиянием мультимедийных инструментов можно считать изменение морфологических признаков обозрения. Традиционно оно характеризовалось теоретиками как тип текста, представляющий «картину мира» за определенный период времени, и на ее основе демонстрирующий тенденции и закономерности общественного развития. Мультимедийное обозрение, сохраняя предметно-целевые характеристики традиционной модели, становится нелинейным текстом, а гипертекстом, объединяющим в гиперструктуру несколько журналистских материалов о ключевых событиях за определённый период времени.

*Сепарированные* «специальные проекты», сконструированные с помощью программного обеспечения как подсайты, открывающиеся в отдельном окне с главной страницы СМИ, – также пример мультимедийного формата. Они готовятся редакциями совместно с партнерами. Легко «расшариваются» как самостоятельные массмедиа. В них инструменты мультимедиа не только активно используются, но и являются абсолютно самоценной частью структуры. Такая практика распространена в сетевом издании «Лента.ру» (<https://lenta.ru/specprojects/>), в электронных версиях «Российской газеты» (<https://rg.ru/spec.html>), «Аргументов и фактов» (<https://aif.ru/special>), «Комсомольской правды» (<https://www.samara.kp.ru/best/msk/projects/>).

Сочетание платформ, технологий и знаковых систем внутри такого рода спецпроектов порождают конкретные субформаты мультимедийной журналистики. Аналитический обзор позволяет выделить наиболее популярные из них. Игра как формат используется в спецпроектах, когда необходимо сымитировать ситуацию и погрузить в нее аудиторию. Часто встречающийся в этом дискурсе жанр – это рекомендация (например, <https://game.refugee.ru>). Тесты – еще один мультимедийный формат, использующийся для стимулирования познавательной активности аудитории. Лидер в производстве данного контента – «Медуза». Распространенными форматами также являются мультимедийная история (например, <http://dreamsbehindthehijab.ru/16/>), презентация (<http://bel.ru.tilda.ws/present>), таймлайн (<http://revolution.aif.ru/>; <https://afghan.lenta.ru/>), агрегатор (<https://rusnano.tass.ru/hospital/>), путеводитель (гид) (<http://sevkavkaz.tass.ru/>), лонгрид. Мультимедийные истории делаются в жанрах очерка, путевых заметок, житейских историй, story; лонгриды – репортажа, очерка, аналитического реконструктора, рецензии, эссе и др. Из перечисленных форматов наиболее разработанными в плане теории и методики подготовки являются лонгриды [2; 9; 14] и таймлайны [15; 18].

Таким образом, актуальным вызовом времени для современного журналистского образования становится необходимость формирования у студентов компетенций, требующихся для производства мультимедийного контента. Ответом на вызов может стать дисциплина «Жанры и форматы мультимедийной журналистики».

В условиях практико-ориентированного обучения и ограниченного количества времени, выделяемого на изучение теории, решением проблемы полифонии научных трактовок может стать «алгоритмический подход», то есть выбор в качестве «рабочих определений» таких, которые будут максимально легко и понятно «конвертироваться» в «листик-рекомендации» профессионально-творческой деятельности. В частности, мультимедийность следует рассматривать как стандарт структурирования разнообразных знаковых систем, передающих определенное содержание о фактах и явлениях действительности с помощью специальных программ и технологий. В качестве признака, отличающего мультимедийный формат от традиционного, сочетающего тексты и визуальные образы, необходимо рассматривать равноправие платформ и способов кодирования информации.

Тематика дисциплины должна соответствовать современному состоянию мультимедийного дискурса СМИ, в частности, типологии спецпроектов. Для подготовки «интегрированного» контента требуется понимание процесса трансформации традиционных жанров под влиянием мультимедизации. Соответственно, следует изучать со студентами теорию популярных в мультимедийном дискурсе жанровых моделей, делая при этом акцент на использовании различных знаковых систем (фотографий, графиков, инфографики, аудио, видео и т.п.) и инструментов (гиперссылок, интерактивности) для решения познавательных и коммуникативных задач, уделять внимание тому, какое место они занимают в конкретной структуре.

Для производства сепарированных спецпроектов нужны знания форматов и технологий их упаковки, следовательно, дисциплину «Жанры и форматы мультимедийной журналистики» целесообразно изучать единым блоком с курсами «Цифровые, программные и сервисные инструменты журналиста» и «Мультимедиа инструменты, платформы и сервисы визуализации контента».

### Список литературы

1. Варганова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Л. Варганова. – Текст : непосредственный // Информационное общество. – 1999. – Вып. 5. – С. 11–14
2. Градюшко, А. А. Лонгрид как формат визуализации контента в современных интернет-СМИ / А. А. Градюшко. – Текст : непосредственный // Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии : материалы Респ. науч.-практ. конф., 20–21 марта 2015 г., Минск / редкол.: С.В. Дубовик [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – С. 44–48
3. Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ : методический семинар. – Текст : электронный // Медиаскоп. – 2009. – 22 июня. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/416> (дата обращения 21.10.2020).
4. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – Москва, 2010. – 200 с. – Текст : непосредственный.
5. Зиновьев, И. В. Возможности мультимедийной журналистики на современном этапе развития российских масс-медиа / И. В. Зиновьев. – Текст : непосредственный // Знак : проблемное поле медиаобразования. – 2012. – № 1 (9). – С. 82–85.
6. Иванова, Л. В. Использование теории связей с общественностью в учебном процессе подготовки журналистов (на примере освоения формата «Спецпроект») / Л. В. Иванова. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 9 (391). – С. 78–86.
7. Интернет-СМИ : Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с. – Текст : непосредственный.

8. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учебное пособие / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 383 с. – Текст : непосредственный.
9. Колесниченко, А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе / А. В. Колесниченко. – Текст : электронный // Медиаскоп. – 2015. – Выпуск № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/1691> (дата обращения: 03.12.2019)
10. Кульчицкая, Д. Ю. Мультимедиа и СМИ / Д. Ю. Кульчицкая. – Текст : непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – № 12. – С. 100–105.
11. Кульчицкая, Д. Ю. Мультимедиа как коммуникационный феномен: анализ зарубежных исследований / Д. Ю. Кульчицкая. – Текст : электронный // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2018. – № 6. – URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/6/multimedia-kak-kommunikatsionnyy-fenomen-analiz-zarubezhnykh-issledovaniy/> (дата обращения: 12.12.2019).
12. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 416 с. – Текст : непосредственный.
13. Никитенко, А. А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как детерминирующие типологические признаки сетевых изданий / А. А. Никитенко. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 159–166.
14. Симакова, С. И. Мультимедийный лонгрид в самостоятельной работе студентов-журналистов / С. И. Симакова, Т. Б. Исакова. – Текст : электронный // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2017. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-longrid-v-samostoyatelnoy-rabote-studentov-zhurnalistov> (дата обращения: 03.12.2019).
15. Симакова, С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: таймлайн / С. И. Симакова. – Текст : непосредственный // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2017. – № 4. – С. 207–216.
16. Степанян, С. К. Формат печатного СМИ в современной российской медиаиндустрии : автореферат диссертации... канд. филол. наук / К. С. Степанян. – М., 2013. – 20 с. – Текст : непосредственный.
17. Уланова, М. А. Интернет-журналистика : практическое руководство : учебное пособие / М. А. Уланова. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 257 с. – Текст : непосредственный.
18. Черкова А. И. Таймлайн как специфический вид журналистского творчества в Интернете: теория и практика / А. И. Черкова. – Текст : электронный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2014. – № 2 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/taymlyayn-kak-spetsificheskij-vid-zhurnalistikogo-tvorchestva-v-internete-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 10.01.2020).

## **GENRE AND FORMATS OF MULTIMEDIA JOURNALISM AS A TRAINING DISCIPLINE AND A METHODOLOGICAL PROBLEM**

*L. V. Ivanova*

*Togliatti State University, Togliatti, L.Ivanova@tlttsu.ru*

*Digitalization of the media requires graduates of universities in the field of «Journalism» to possess the competencies that are in demand in the production of materials for a multimedia platform. Their formation can occur when studying the discipline «Genres and formats of*

*multimedia journalism». The article contains proposals for its content, taking into account modern trends in the development of multimedia mass media.*

**Key words:** genres, formats, multimedia journalism, special project.

### References

1. Vartanova, E. L. (1999) K chemu vedet konvergentsiya SMI? [What is Media Convergence Leading to?]. *Informatsionnoe obschestvo* [Information Society], Issue 5, pp. 11–14 (in Russ.).
2. Gradyushko, A. A. (2015) Longrid kak format vizualizatsii kontenta v sovremennyih internet-SMI [Longrid as a format of content visualization in modern Internet media]. *Vizualno-semanticheskie sredstva sovremennoy mediaindustrii : materialyi Resp. nauch.-prakt. konf., 20–21 marta 2015 g., Minsk* [Visual-semantic means of the modern media industry: materials of the Resp. scientific-practical Conf., March 20–21, 2015, Minsk], Minsk : Izd. tsentr BGU, pp. 44–48 (in Russ.).
3. Dinamika razvitiya formatov i zhanrov v sovremennyih SMI : metodicheskiy seminar (2009) [Dynamics of development of formats and genres in modern media: methodological seminar]. *Mediaskop*, June 22, available at: <http://www.mediascope.ru/node/416>, accessed 21.10.2020 (in Russ.).
4. *Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnyie SMI prevraschayutsya v multimediynnye* (2010) [Journalism and Convergence: Why and How Traditional Media Are Turning into Multimedia]. M., 200 p. (in Russ.).
5. Zinovev, I. V. (2012) Vozmozhnosti multimediynoy zhurnalistiki na sovremennom etape razvitiya rossiyskikh mass-media [Possibilities of multimedia journalism at the present stage of development of Russian mass media]. *Znak : problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of media education]. No. 1 (9), pp. 82–85 (in Russ.).
6. Ivanova, L. V. (2016) Ispolzovanie teorii svyazey s obschestvennostyu v uchebnom protsesse podgotovki zhurnalistov (na primere osvoeniya formata «Spetsproekt») [Using the theory of public relations in the educational process of training journalists (on the example of mastering the «Spetsproekt» format)]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], No. 9 (391), pp. 78–86 (in Russ.).
7. Internet-SMI : Teoriya i praktika : ucheb. posobie dlya studentov vuzov (2010) [Internet media: Theory and practice: textbook. manual for university students]. M. : Aspekt Press, 348 p. (in Russ.).
8. Kalmyikov, A. A., Kohanova L. A. (2017) *Internet-zhurnalistika : uchebnoe posobie* [Internet journalism: a tutorial], M. : YuNITI-DANA, 383 p. (in Russ.).
9. Kolesnichenko, A. V. (2015) Dlinnyie tekstyi (longridyi) v sovremennoy rossiyskoy presse [Long texts (longreads) in the modern Russian press]. *Mediaskop*, Issue 1, available at: <http://www.mediascope.ru/1691>, accessed 03.12.2019 (in Russ.).
10. Kulchitskaya, D. Yu. (2012) Multimedia i SMI [Multimedia and mass media]. *Voprosyi teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of theory and practice of journalism], No. 12, pp. 100–105 (in Russ.).
11. Kulchitskaya, D. Yu. (2018) Multimedia kak kommunikatsionnyiy fenomen: analiz zarubezhnykh issledovaniy [Multimedia as a communication phenomenon: analysis of foreign research]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism], No. 6, available at: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/6/multimedia-kak-kommunikatsionnyy-fenomen-analiz-zarubezhnykh-issledovaniy/>, accessed 12.12.2019 (in Russ.).

12. *Multimediynaya zhurnalistika : uchebnik dlya vuzov* (2017) [Multimedia journalism: textbook for universities]. M. : Izd. dom Vyisshy shkoly ekonomiki, 416 p. (in Russ.).
13. Nikitenko, A. A. (2009) Interaktivnost, multimediynost, gipertekstualnost kak determiniruyuschie tipologicheskie priznaki setevyih izdaniy [Interactivity, multimedia, hypertextuality as determinants of typological features of network publications]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism], No. 1, pp. 159–166 (in Russ.).
14. Simakova S. I., Isakova T. B. (2017) Multimediynyy longrid v samostoyatelnoy rabote studentov-zhurnalistov [Multimedia longread in independent work of students-journalists]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatischeva* [Bulletin of the Volga University. V. N. Tatishchev], No. 3, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-longrid-v-samostoyatelnoy-rabote-studentov-zhurnalistov>, accessed 03.12.2019 (in Russ.).
15. Simakova, S. I. (2017) Instrumentyi vizualizatsii informatsii v SMI: taymlayn [Information visualization tools in the media: timeline]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo* [Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N. I. Lobachevsky], No. 4, pp. 207–216. (in Russ.).
16. Stepanyan, S. K. (2013) *Format pechatnogo SMI v sovremennoy rossiyskoy mediaindustrii : avtoreferat dissertatsii... kand. filol. nauk* [Format of print media in the modern Russian media industry: dissertation abstract ... Cand. philol. sciences]. M., 20 p. (in Russ.).
17. Ulanova, M. A. (2014) *Internet-zhurnalistika : prakticheskoe rukovodstvo : uchebnoe posobie* [Internet journalism: a practical guide: a tutorial]. M. : Aspekt Press, 257 p. (in Russ.).
18. Cherkova, A. I. (2014) Taymlayn kak spetsificheskii vid zhurnalistikogo tvorchestva v Internetе: teoriya i praktika [Timeline as a specific type of journalistic creativity on the Internet: theory and practice]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: the problem field of media education]. No. 2 (14), available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/taymlayn-kak-spetsificheskii-vid-zhurnalistikogo-tvorchestva-v-internete-teoriya-i-praktika>, accessed 10.01.2020 (in Russ.).

**Иванова Людмила Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Журналистика», Тольяттинский государственный университет.

L.Ivanova@tltsu.ru

УДК 37

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10414

## ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТНОЙ СИСТЕМЫ АВТОРА В ДЕТСКОМ СЛОВЕСНОМ ТВОРЧЕСТВЕ

*Л. А. Месеняшина*

*Челябинский государственный университет, Челябинск*

*В статье демонстрируется возможность изучения ценностной системы школьников путем анализа произведений их словесного творчества. Сопоставление текстов произведений младших школьников и младших подростков позволяет выявить инвариант их ценностных систем. В состав этого инварианта входят такие ценности, как Дружба, Смелость, Ответственность и Порядок. Предполагается, что анализ текстов такого рода может быть надежным способом проверки эффективности воспитательной работы по формированию моральных качеств школьника.*

**Ключевые слова:** система ценностей, детское словесное творчество, младшие школьники, младшие подростки, пирамида Маслоу.

«Система ценностей выступает как интегрированная основа культуры, отдельной личности, социальной группы, нации, всего человечества», – отмечает Д.В. Ефимова [8. С. 86]. Усвоение ценностей культуры есть процесс социализации индивида, способ адаптации личности» [8. С. 87]. Поэтому процесс усвоения ценностной системы социума, в котором формируется личность ребенка, занимает важнейшее место в процессе его воспитания. Вопрос о способах контроля за этим процессом, способах отслеживания этапов этого процесса остается чрезвычайно актуальным для педагогов. Широко используемые методы беседы, анкетирования и опросов, например, [6; 7; 10; 15; 16 и др.] трудно назвать достаточно эффективными по ряду серьезных причин. В частности, подростки, не говоря уже о детях младшего возраста, как правило, не в состоянии отразить свою ценностную систему, объективно оценить свои взгляды и т.д. Поиску более эффективных методов такого контроля посвящено значительное количество исследований [1; 4; 6; 11; 12 и др.] Эти авторы предлагают такие достаточно эффективные приемы и методы, как например, метод неоконченных фраз [1], метод социальных биографий, контент-анализ сочинений [5], метод проектов [6; 12]. Особое место в таких поисках занимают попытки опереться на детское творчество, рассматривая его как возможность детского самовыражения, в том числе и как возможность выражения собственных представлений о ценностях [2; 3; 9].

Настоящее исследование примыкает именно к последнему направлению, т.к. использует тексты детских произведений как источник сведений о том, каких ценностных систем придерживаются их авторы. Исследование строится на произведениях муромского школьника Максима П. (8 лет) «Бандитский Муром» (2000 г.) и челябинских школьниц Кристины Г. и Ксении К. (10 -12 лет) «В неизвестной зоне» (2004-2006 гг.). Интересно, что авторы обоих текстов относят их к детективному жанру. Главными героями «Бандитского Мурома» являются «расследователи», которые борются с бандитами, один из «расследователей» носит имя автора, и, совершенно очевидно, автор отождествляет себя с этим героем. Главные героини произведения «В неизвестной зоне» тоже носят имена авторов и ищут способ победить захватившего их в плен короля Вуню и вернуться домой. Собственно в самом поиске этих способов и заключается детективное содержание текста.

Задача настоящей статьи – используя материал данных текстов, понаблюдать над

тем, какие ценностные системы дети успели сформировать к моменту написания этих произведений.

Общим местом исследований по онтолингвистике является то, что детская речь формируется на основе инпута. Это же справедливо и для ценностных систем: «Усвоение личностью этих ценностей включает в себя два момента. Во-первых, объектно-содержательный, когда субъект осознает и выделяет себя как личность, а ценности обуславливают определенное «видение» окружающей действительности, в основе которого лежит установка, готовность к восприятию «значимой» действительности. Во-вторых, субъектно-содержательный момент усвоения ценностей, с которым связывается их отбор и выбор, формирование внутренней системы ценностных ориентаций личности» [8. С. 87]. Т.е. и собственную систему языка, и собственную систему ценностей ребенок формирует самостоятельно, а не путем прямого заимствования, так что воздействие общества является не единственным, но одним из важных факторов формирования индивидуальной модели языка и индивидуальной модели существующей в социуме ценностной системы. Доказательством этого может явиться сопоставление ценностных систем, отраженных в анализируемых произведениях детского словесного творчества. Мы совершенно согласны с тезисом Д.В. Ефимовой о том, что «в понятии «ценности» заключен не только позитивный смысл. Наряду с положительными ценностями существуют ложные ценности, ценности абсурдные, псевдоценности и антиценности и т. д.» [8. С. 87].

Анализ детских произведений позволил установить, что ценности авторов группируются вокруг двух «полюсов»: «добро» и «зло». Вопрос о внутренней иерархии ценностей в текстах решался следующим образом. Было решено, что вершину в этой иерархии образует ценность лежащая в основе конфликта.

Так в основе конфликта повести Максима П. лежит прямое столкновение «**добро**» со «**злом**». «Наш мир жесток, - пишет в предисловии Максим П. - У нас происходит много убийств. Мы мало едим. Эта жизнь какая-то запутанная и невозмутимая. И эта грустная история расскажет Вам (так у автора – Л.М.) о нашей настоящей жизни». Это, по существу, программное заявление, излагающее в сжатой форме ценностную систему автора, из чего следует, что автор осуждает жестокость, убийства и голод. Однако в этом же заявлении сказано и о ценностях более высокого, духовного порядка: о ценности способности понимать, как устроен «наш мир», т.е. ценности интеллекта, о ценности сострадания (как альтернативе «невозмутимости») и о правде как основном эстетическом принципе автора: «...эта грустная история расскажет Вам о нашей настоящей жизни».

Добро отождествляется с соблюдением нравственных и юридических норм. На его стороне стоят «расследователи» Максим и его друзья: Алексей Фомин, Олег и «Запутанная Катя»<sup>1</sup>. Таким образом, вершину ценностной системы восьмилетнего автора образует категория **порядка**, соответствия требованиям закона и нравственности (что в полном смысле соответствует древнерусскому значению слова «*добро*» - «быть пригодным для удовлетворения определенных потребностей» (Фасмер 1986. С. 519-520). Этой ценности подчинены и другие: **дружба** (расследователи помогают друг другу, спасают захваченную в заложники Катю), **смелость** («расследователи» смело бросают вызов бандитам, присылая их предводителю «гадкое письмо»), «**ответственность**» («Катя ответственная и никого не боится»).

Вместе с тем герои не чуждаются и «простых радостей жизни»: придя в клуб, Максим, Алексей, Олег и Катя, заказывают себе «мороженое и лимонад». Если рассматривать перечисленные выше категории в парадигме «пирамиды Маслоу», то основание ее окажется довольно слабо представленным («мороженое и лимонад» как альтернатива

<sup>1</sup> Это не фамилия героини а ее состояние, т.к. она никак не может решить, как назвать ее будущего ребенка: «Если назвать мальчика Миша, то в садике его будут дразнить. Артем или Петр – как-то некрасиво».



тезису «мы мало едим»), а вершина - более развернутой: «смелость и ответственность». Важное место в промежутке между ними занимают ценности дружбы и порядка.

На первый взгляд, структура положительных ценностей у восьмилетнего автора довольно несложная. Однако картина заметно усложняется, если посмотреть на то, как в своем произведении он отражает категорию зла.

Миру положительных героев противостоит преступный мир, являющийся средоточием всего, что маленький автор считает злом. Прежде всего, зло для него - это нарушение закона, совершение преступлений. К числу преступлений, совершаемых врагами расследователей, относятся такие, как воровство («Бандиты крали все, что есть в доме!» «Один раз украли золотые часы»), похищения людей (Бандиты похищают Катю), жестокие избиения («В дверь ворвались много бандитов (так у автора – Л.М.) во главе с Анатолием, и они стали бить нас электрическими дубинками. У нас текла кровь!») убийства, в том числе и любимой собаки «расследователей» - Марты («Я подошел к ней и сказал: «Марта, вставай! А, Марта?» Но тут Максим увидел, что из головы Марты течет кровь. «Все ясно, - она убита», - сказал Олег».) Важное место среди преступлений отводится «милиции, служащей бандитам».

Кроме того, антагонисты героев отличаются безнравственностью. Они безжалостны («Он [Анатолий] был безжалостен к Максиму и Алексею»), гневливы («Потом он [Анатолий] гневно бросил письмо»), злорадны («Ха-ха-ха, - зло засмеялся Анатолий! (так у автора – Л.М.) – Я тебя убью!»), жестоки и хвастливы («Два трупа скоро будут валяться у моих ног», - говорит Анатолий). Между бандитами, в отличие от дружных «расследователей», царит вражда, бандиты Мерс и Гамд ненавидят друг друга настолько, что Гамд, в итоге, убивает Мерса. Автор решительно осуждает трусость, проявляемую мужчинами. Так, бандит, по кличке Бобар, «увидел нас, и губы его задрожали. Он закричал: «Помогите!!!» Он бежал от нас по комнате и кричал»). Между тем к женскому страху автор относится без осуждения («Катя плакала. Она думала, что убьют Максима и ее»). К числу безнравственных действий автор относит и то, что («целая шайка парней <...> на улицах приставали к женщинам»).

Бандиты представлены глупыми и неловкими настолько, что сам главарь называет их «идиотами» и «непутевыми». Главарь не уважает их, не отвечает на их расспросы («Почему?» - спросил Александр. – «Не твое дело <...>» - «Для чего?» - спросил Барбос – «Да блин, - вы меня уже вопросами замучили». – сказал Анатолий). Неуважение к желанию людей (пусть даже бандитов) знать больше явно осуждается автором.

Кроме того, злом восьмилетний автор считает нарушения не только экзистенциального порядка, но и нарушение порядка на самом простом, бытовом уровне. Так, у бандита, который «часто обижал Катю», «на стене была паутина», а из его трупа «течет кровь, и прям на пол!»

Антагонисты главных героев постоянно ругаются («Ах...», (ругается матом) Анатолий»).

Отголоски прямых наставлений взрослых: «Будешь таким-то – вырастешь таким-то!» - отчетливо проявляются в попытке маленького автора найти причины безнравственного и преступного поведения бандитов («Анатолий был капризным и злым мальчишкой и вырос убийцей»). Таким образом, отрицательные персонажи ведут себя именно так, как взрослые не разрешают вести себя маленькому автору, именно это является и причиной, и признаком их преступности и безнравственности.

Важное место в ценностной системе Максима П. занимает категория, которую условно можно назвать «добро с кулаками». Для защиты своей жизни и в целях справедливого возмездия «расследователи» палят направо и налево («Я знал, что нужно убить бандита, который часто обижал Катю». «Я прицелился. «Бабах!» «Бабах!» Все получили. На полу валялись одни трупы».)

Вместе с тем убийства не доставляют удовольствия героям. Напротив, они «с

нетерпением ждут» того дня, когда закончится «война с Анатолием» и можно будет уехать. «Еще одно или два убийства и я умер», - сказал Максим.

Таким образом, высшей ценностью для Максима П. является ценность справедливости. Ради нее он и его друзья готовы убивать, хотя это им и в высшей степени неприятно.

В основе «фантастического детектива» «В неизвестной зоне», написанного младшими подростками Кристиной Г. и Ксюшей К. лежит конфликт между агрессором и жертвами агрессии. Король Вуня намерен укрепить свою империю путем увеличения ее населения, для чего захватывает и увозит к себе жителей других планет, в том числе и героинь данного произведения. В такой ситуации наивысшей ценностью для авторов (отождествляющих себя с героинями данного текста) является **свобода**, которую девочки стремятся вернуть себе во что бы то ни стало. Ценностью, которая позволит героиням достичь своей цели, являются **знания**, в частности знание способа победить короля-захватчика. Поэтому важное место в произведении занимает образ библиотеки («В воздухе пахло старыми пыльными книгами. Это был запах знаний. А может, в недалеком будущем Кристина ощутит сладкий аромат свободы, дома, свежесть холодного январского утра»). Высоко ценится авторами **любопытность**, умение добывать необходимые знания не только в книгах, но и путем бесед с местными жителями (прежде всего с их союзником Патяней, молодым человеком трехметрового роста, тоже бывшим пленником). Исходя из этого, важное место в ценностной системе авторов занимает такое качество личности, как **целеустремленность**, т.к. весь ход действия в произведении пронизан стремлением героинь к достижению поставленной цели – вырваться на свободу, вернуться домой. Непосредственно соотносится с целеустремленностью умение дорожить **временем**. Мотив ценности времени проходит через весь текст. То и дело встречаются фразы типа «Это же два часа свободы!»; «В нашем распоряжении еще целый час!» и т.п.

Находясь во враждебном окружении, никому не доверяя, пленницы, тем не менее стремятся обзавестись если не друзьями, то хотя бы временными союзниками, и внимательно присматриваются к окружающим. Доверие им внушают те, чье поведение отличается **скромностью**, неуверенностью в себе («Я... просто хотел познакомиться... – неуверенно выговорил Патяня». «Может, хоть с тобой они будут дружелюбнее, - несколько неуверенно ответил Патяня»). И этот принцип не лишен логики: те, кто уверен в том, что стратегия короля верна, доверия пленницам не внушают. Гендерная принадлежность авторов, очевидно, диктует им внимание и к такой характеристике поведения, как **аккуратность** («Это была аккуратно одетая темноволосая девочка»).

Высоко ценится **добродота**, т.к. для победы на Вуней героиням понадобится «целая армия добрых желтоглазых духов». Свобода нужна девочкам, прежде всего, для того, чтобы вернуться домой. Отсюда высокая ценность **дома, семьи, родины**. В своем стремлении к цели девочки постоянно поддерживают друг друга, что говорит о ценности **дружбы** для авторов. Их героини испытывают чувство **сострадания** к Патяне, оставшемуся сиротой. Они осознают свою **ответственность** за своих друзей и тяжело переживают то событие, когда из-за их оплошности попадает в беду сочувствующий им Патяня («Из глаз Кристины потекли слезы. Она уткнулась лицом в подушку. Ксюша даже не пыталась успокоить подружку, понимая, что так будет еще хуже»).

Несмотря на свое положение и непрерывные угрозы со стороны короля и королевы, девочки ведут себя смело и даже довольно дерзко («А куда нам торопиться?» - язвительно поинтересовалась Ксюша» в ответ на слова короля. «А чем ты нас в данном случае балуешь?» - с иронией спросила Кристина»). Все это говорит о том, что авторы высоко ценят **смелость** перед лицом опасности.

Несмотря на то, что героини произведения ни на минуту не забывают об основной своей цели, они ценят приветливое отношение и проявление заботы о себе, что говорит о

наличии таких ценностей, как **благодарность** и **справедливость**. В частности, пленницы отдают должное королю Вуне, отмечая, что ему удалось-таки создать «процветающую великую державу», отмечая в качестве критериев процветания «разнообразие товаров» даже в деревенских магазинах. Нижний ярус «пирамиды Маслоу» у авторов «В неизвестной зоне», как видим, представлен значительно шире, чем в повести восьмилетнего мальчика. Сюда входит ценность **комфорта** в его разнообразных проявлениях: разнообразие товаров и услуг, роскошь, нарядная одежда, обилие вкусной еды и даже свежий воздух (что для жителей Челябинска, увы, тоже признак комфорта). Радует героинь и известие о предстоящем празднике, они ценят шутки и **веселье** («Они, задыхаясь, покатывались со смеху и, увидев Патяню, залились еще громче»).

В отличие от произведения Максима П., категория **зла** в произведении «В неизвестной зоне» представлена практически симметрично категории **добра**.

Зло представлено прежде всего категорией **насилия**, т.к. героинь силой захватывают в плен и доставляют на чужую планету. Это расценивается ими как **преступление**: теракт, захват заложников, требование выкупа («А вдруг ее уже захватили в заложники и потребуют выкуп?»); «...если это не обычные террористы, то нет смысла вызывать милицию»). Преступные действия для авторов неотделимы от безнравственных, и, таким образом, обусловлены не только политическими интересами короля, но его личной безнравственностью. Неслучайно персонажи, захватившие девочек, характеризуются «злым хохотом», «какой-то мужик стал злорадно хохотать», что героини первоначально расценивают как чью-то «злую шутку». Злостью отличается королева, постоянно угрожающая пленницам («Вуня тебя перевоспитает, посмотрим, что тогда ты запоешь!»), злые «красноглазые духи», охраняющие дворец («...король не простит столь гнусных деяний со стороны пленников...»), злобный лекарь, к которому дочь короля Лика (как выяснилось впоследствии, симпатизирующая пленницам) не советует обращаться в случае болезни («А то будет еще хуже»). «С ненавистью в голосе» принимает решения местная судья – Олимпиада, «злобная тетка», которая, по словам авторов, «как будто обозлилась на весь белый свет». Авторы резко отрицательно относятся к такому проявлению зла, как **самодурство**, свойственное королю («Вуньское слово – закон!»), **несправедливость**, проявляемая судьей и злыми духами.

Недоброежелательность местных жителей проявляется и в намеренном причинении обиды пленницам (их *дразнят, обижают, унижают, оскорбляют*). Обратной стороной этого зла является чувство страха, которое внушают героиням все сообщники короля, постоянно угрожающие им и запугивающие их – смертью, тюрьмой, лишениями и т.п. Этот мотив представлен конверсивными парами и синонимическими рядами существительных (*угрозы, страх, ужас, тревога, паника, перепуг*), глаголов (*грозить, пугать, бояться, [не]осмеливаться*), прилагательных (*страшный, опасный, жуткий, кошмарный*). Следствием этого является проходящий через весь текст мотив *печали, горя, слез, плача, рыданий*.

Вместе с тем боязливость, проявляемую мужчинами, в частности сочувствующим героиням Патяней, авторы явно осуждают, упрекая его в и покорности и отсутствии желания бежать.

Особое осуждение авторов получает **шпионство** («...у Вуни есть аппарат для подслушивания»), доносительство («Возможно, Вуня поручил ей разведать все наши замыслы»), ябедничество («Вот я пойду и расскажу отцу, что ты распоряжаешься его заложниками!»)

Кроме экзистенциального зла, заложенного в конфликт произведения, авторы демонстрируют отрицательное отношение ко многим другим человеческим недостаткам. Так, например, авторы осуждают **высокомерие**, проявляемое подругами королевской дочери: «Я не собираюсь угождать каким-то пленницам!» - заявляет Воалина, одна из

подруг дочери короля. (Характерно, что на протяжении всего текста дочь короля ни разу не называется принцессой, что говорит о довольно тонком языковом чутье авторов, т.к. это наименование перевело бы текст в сказочную плоскость, а авторы утверждают, что их жанр – «фантастический детектив»). Осуждаются **неблагодарность** («Вали сдержанно поблагодарила свою спасительницу и пошла «своей дорогой»), **лень** («Ученики<...>бездельничали в холле»), **глупость** («...сказал немного глуповатый голосок»), **прямолинейность**, «простота», которая «хуже воровства» («Эта фраза совсем не походила на намек. Но, в силу своей прямолинейности, Кристина изъяснялась просто»).

«Нижний ярус» категории зла связан с антитезой «добру» в древнерусском смысле этого слова, т. е. с непригодностью к употреблению, в частности **ветхостью** («Склад был настолько древним, что некоторые вещи начали плесневеть и разлагаться»). На физиологическом уровне зло представлено **голодом** («...раздавался какой-то звук, похожий на вой волков<...>«Да, наверное, это соседский пес голодает») и разнообразными проявлениями **дискомфорта** («мерзопакостный звук», «Девочки от этого смрада разом заткнули свои носы»; и **беспорядка** «Подруги, замерзшие, не умывавшиеся уже несколько дней и не переодетые после сна...»).

Представлена в этом произведении и категория «Добра с кулаками» Характерно, что на зло девочки тоже отвечают злом («А тебе-то какая разница?» - с невыносимой злостью спросила Кристина»), грубят королеве («Вы что вообще, что ли офигели?» [так у авторов – Л.М.]), откровенно ненавидят короля и стремятся «набрать целую армию добрых духов» для победы над ним. Но главное – они способны пойти на хитрость, способны манипулировать Патяней, королевской дочерью Ликой, не вполне доверяют ей.

Сопоставление ценностных систем младших школьников и младших подростков позволяет выявить инвариант ценностной системы, представленный категориями Дружбы, Смелости, Ответственности и Порядка.

На противоположном полюсе располагаются категории: Глупость, Трусость (у мужчин и вообще физически крепких людей), Злобность, Ненавистничество, Злорадство, Преступность, Убийства, Гадкие и Пакостные деяния и Голод.

И младшие школьники, и младшие подростки согласны друг с другом в том, что в целях борьбы со злом вполне нравственно прибегать к насилию и/или коварству. В обращении с представителями сил зла считается допустимым грубое обращение.

Как видим, уже в начальной школе у детей оказываются вполне сформированными основы нравственных представлений, причем категория законопослушности как у младших школьников, так и у младших подростков неразрывно связана с нравственностью.

К сожалению, проанализированный материал не дал возможности определить роль гендерного фактора в формировании ценностных систем. Это задача дальнейших исследований. Однако один вывод можно сделать вполне определенно: детское словесное творчество (в особенности инициативное) дает вполне достоверную информацию о состоянии ценностной системы детей и подростков.

### Список литературы

1. Алиева, Б. Ш. Исследование уровня сформированности патриотического сознания старшеклассников (на примере МБОУ «Кубачинская средняя общеобразовательная школа № 1») / Б. Ш. Алиева, Б. А. Алиханова. – Текст : непосредственный // Технологии социальной работы в различных сферах жизнедеятельности. Материалы Международной научно-практической конференции. Махачкала : Апробация, 2019. – С. 215–218.
2. Васеничев, С. А. Автор как деятельный субъект словесного творчества / С. А. Васеничев. – Текст : непосредственный // Казанская наука. – 2012. – № 9. –

С. 306–308.

3. Васеничев, С. А. Роль бинарных пар в процессе становления словесного творчества старших подростков / С. А. Васеничев. – Текст : непосредственный // Казанская наука. – 2012. – № 4. – С. 353–356.

4. Вовк, Е. В. Основные подходы к реализации целей курса «Народоведение» в начальной школе / Е. В. Вовк. – Текст : непосредственный // Проблемы современного педагогического образования. – 2016. – № 50 – 1. – С. 76–83.

5. Гаврилина, М. А. Оценка результативности процесса формирования гражданской компетентности / М. А. Гаврилина, Л. В. Куликова. – Текст : непосредственный // Воспитать гражданина. Материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. – Владимир. – 2019. – С. 19–34.

6. Денисенко, Е. А. Развитие патриотических чувств у старших дошкольников посредством краткосрочных проектов / Е. А. Денисенко, О. В. Гребенюк и др. – Текст : непосредственный // Педагогическое мастерство и современные педагогические технологии. – Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. – Чебоксары, 2018. – С. 128–134.

7. Домбровская, М. Г. Анализ представлений современных подростков о сущности понятия «патриотизм» / М. Г. Домбровская. – Текст : непосредственный // Национальные виды спорта: актуальные проблемы развития и научно-методического обеспечения. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Уральский государственный университет физической культуры. Издательский центр «Уральская Академия». – 2016. – С. 60–63.

8. Ефимова, Д. В. Ценностная система личности – высший уровень социальной регуляции / Д. В. Ефимова. – Текст : непосредственный // Социосфера. – 2010. – № 4. – С. 86–92.

9. Иванова, Н. В. Детская субкультура как средство формирования ценностно-смысловой сферы ребенка-дошкольника / Н. В. Иванова. – Текст : непосредственный // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – Т. 2. – № 4. – С. 48–52.

10. Квасников, А. В. Как оценить склонность к нарушению социально-культурной нормы / А. В. Квасников, И. Г. Лаверычева. – Текст : непосредственный // Морской вестник. – 2013. – №1S (10). – С. 129–130.

11. Кузьмина, И. Е. Теоретические основы диагностики ценностных ориентиров в сфере патриотического сознания участников образовательного процесса / И. Е. Кузьмина. – Текст : непосредственный // Непрерывное образование: XXI век. – 2015. – № 1 (9). – С. 153–174.

12. Лукина, Е. Ю. Формирование у учащейся молодежи готовности противодействовать коррупции в образовании / Е. Ю. Лукина, Е. С. Шкуркина. – Благовещенск : Благовещенский государственный педагогический университет, 2015. – 132 с. – Текст : непосредственный.

13. Маслоу, А. Теория человеческой мотивации / А. Маслоу. – Текст : электронный // Мотивация и личность. – URL: <http://flogiston.ru/library/maslow> (дата обращения: 14.10.2020).

14. Месеняшина, Л. А. Жанрово-стилистические особенности прозаического творчества младших подростков / Л. А. Месеняшина, Д. С. Савельева. – Текст : непосредственный // Проблемы онтолингвистики — 2016. Материалы ежегодной международной научной конференции 23–26 марта 2016 года, Санкт-Петербург. – Иваново: Листос, 2016. – С. 478–484.

15. Месеняшина, Л. А. Восприятие военной темы школьниками / Л. А. Месеняшина, Н. А. Семакина. – Текст : непосредственный // Современная онтолингвистика: проблемы, методы, открытия. Материалы ежегодной международной научной конференции 24-26 июня 2019 г., г. Санкт-Петербург. РГПУ им. А.И. Герцена. – Иваново: Листос, 2019. –

С. 436–440.

16. Ревякина, В. И. Аксиологические проблемы культуры и образования современной молодежи / В. И. Ревякина. - Текст : непосредственный // Образование и наука. Российский государственный профессионально-педагогический университет. – 2015. – № 5 (124). – С. 15–26.

17. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка / М. Фасмер ; пер. с немецкого и дополнения чл.-корр. АН СССР О. Но. Трубачева ; под ред. и с предисл. проф. Б. А. Ларина. – Изд. второе, стереотипное. В четырех томах. Т. 1. – М.: Прогресс, 1986. – Текст : непосредственный.

## REFLECTION OF THE AUTHOR'S VALUE SYSTEM IN CHILDREN'S WORLDWORK

*L. A. Mesenyashina*

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, mesenyashing@mail.ru*

*The question of how to track the process of assimilation by a child of the value system of society, in which his personality is formed, is extremely relevant for modern pedagogy. In this respect, the author considers an effective way of addressing the products of a child's verbal creativity. This article demonstrates the possibility of studying the value system of schoolchildren by analyzing the works of their verbal creativity. The identification of the value system of the authors is carried out by analyzing the conflict of the work and the emotionally colored vocabulary used by the author. Comparison of the texts of the works of junior schoolchildren and junior adolescents made it possible to reveal the invariant of their value systems. The leading place in this invariant belongs to such values as Friendship, Courage, Responsibility and Order. It is assumed that the analysis of texts of this kind can be a reliable way of both conducting an ascertaining experiment, and a way of checking the results of any stage of educational work aimed at forming the moral qualities of a student.*

**Key words:** value system, children's verbal creativity, junior schoolchildren, junior adolescents, Maslow's pyramid.

### References

1. Alieva, B. S. & Alichanoma, B. A. (2019) Issledovaniye urovnya sformirovannosti patrioticheskogo soznaniya starsheklassnikov (na primere MBOU "Kubachinskaya srednyaya obshcheobrazovatel'naya shkola № 1") [Study of the level of formation of the patriotic consciousness of senior pupils (on the example of MBOU "Kubachinskaya secondary school No. 1")]. *Tekhnologii sotsial'noy raboty v razlichnykh sferakh zhiznedeyatel'nosti. Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. [Social work technologies in various spheres of life. Materials of the International Scientific and Practical Conference]. Makhachkala: Approbation, pp. 215–218 (in Russ.).
2. Vasenichev, S. A. (2012) Avtor kak deyatel'nyy sub'yekt slovesnogo tvorchestva [The author as an active subject of verbal creativity]. *Kazanskaya nauka* [Kazan science], No. 9, pp. 306–308 (in Russ.).
3. Vasenichev, S.A. (2012) Rol' binarnykh par v protsesse stanovleniya slovesnogo tvorchestva starshikh podrostkov [The role of binary pairs in the formation of verbal creativity

in older adolescents]. *Kazanskaya nauka* [Kazan science], No. 4, pp. 353–356 (in Russ.).

4. Vovk, E. V. (2016) Osnovnyye podkhody k realizatsii tseyey kursa “Narodovedeniye” v nachal’noy shkole [Basic approaches to the implementation of the goals of the course “Narodovedeniye” in primary school]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya* [Problems of modern pedagogical education], No. 50 – 1, pp. 76–83 (in Russ.).

5. Gavrilina, M. A. & Kulikova, L. V. (2019) Otsenka rezul’tativnosti protsessy formirovaniya grazhdanskoy kompetentnosti [Assessment of the effectiveness of the process of forming civil competence]. *Vospitat’ grazhdanina. Materialy Vserossiyskoy (s mezhdunarodnym uchastiyem) nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Educate a citizen. Materials of the All-Russian (with international participation) scientific and practical conference]. Vladimir, pp. 19–34 (in Russ.).

6. Denisenko, E. A. (2018) Razvitiye patrioticheskikh chuvstv u starshikh doshkol’nikov posredstvom kratkosrochnykh proyektov [Development of patriotic feelings in older preschoolers by means of short-term projects]. *Pedagogicheskoye masterstvo i sovremennyye pedagogicheskiye tekhnologii. - Sbornik materialov V Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Pedagogical skills and modern pedagogical technologies. - Collection of materials of the V International scientific and practical conference]. Cheboksary, pp. 128–134 (in Russ.).

7. Dombrovskaya, M. G. (2016) Analiz predstavleniy sovremennykh podrostkov o sushchnosti ponyatiya “patriotizm” [Analysis of the views of modern adolescents about the essence of the concept of “patriotism”]. *Natsional’nyye vidy sporta: aktual’nyye problemy razvitiya i nauchno-metodicheskogo obespecheniya. Materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. [National sports: topical problems of development and scientific and methodological support. Materials of the All-Russian scientific-practical conference]. Ural State University of Physical Culture. Publishing Center “Ural Academy”, pp. 60–63 (in Russ.).

8. Yefimova, D. V. (2010) Tsennostnaya sistema lichnosti – vysshiy uroven’ sotsial’noy regulyatsii [The value system of personality - the highest level of social regulation]. *Sotsiosfera* [Sociosphere], No. 4, pp. 86–92 (in Russ.).

9. Ivanova, N. V. (2012) Detskaya subkul’tura kak sredstvo formirovaniya tsennostno-smyslovoy sfery rebenka-doshkol’nika [Children’s subculture as a means of forming the value-semantic sphere of a preschool child]. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], Vol. 2, No. 4, pp. 48–52 (in Russ.).

10. Kvasnikov, A. V. & Laverycheva, I. G. (2013) Kak otsenit’ sklonnost’ k narusheniyu sotsial’no-kul’turnoy normy [How to assess the tendency to violate socio-cultural norms]. *Morskoy vestnik* [Marine Bulletin], 1S (10), pp. 129–130 (in Russ.).

11. Kuz’mina, I. Ye. (2015) Teoreticheskiye osnovy diagnostiki tsennostnykh oriyentirov v sfere patrioticheskogo soznaniya uchastnikov obrazovatel’nogo protsessy [Theoretical foundations of diagnostics of value orientations in the sphere of patriotic consciousness of participants in the educational process]. *Nepreryvnoye obrazovaniye: XXI vek*. [Continuing education: XXI century], No. 1 (9), pp. 153–174 (in Russ.).

12. Lukina, Ye. YU. & Shkurkina, Ye. S. (2015) *Formirovaniye u uchashcheyasya molodezhi gotovnosti protivodeystvovat’ korruptsii v obrazovanii* [Formation of students’ readiness to counteract corruption in education]. Blagoveshchensk: Blagoveshchensk State Pedagogical University, 132 p. (in Russ.).

13. Maslow, A. (2002) *Teoriya chelovecheskoy motivatsii* [The theory of human motivation], available at: <http://flogiston.ru/library/maslow>, accessed 14.10.2020 (in Russ.).

14. Mesenyashina, L. A. & Savel’eva, D. S. (2016) Zhanrovo-stilisticheskiye osobennosti prozaicheskogo tvorchestva mladshikh podrostkov [Genre and stylistic features of the prose work of younger adolescents]. *Materialy yezhegodnoy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii 23–26 marta 2016 goda, Sankt-Peterburg* [Problems of Ontolinguistics - 2016. Materials of the annual international scientific conference on March 23–26, 2016, St. Petersburg]. Ivanovo:

Listos, pp. 478–484 (in Russ.).

15. Mesenyashina, L. A. & Semakina, N. A. (2019) Vospriyatiye voyennoy temy shkol'nikami [Perception of the military theme by schoolchildren]. *Sovremennaya ontolingvistika: problemy, metody, otkrytiya. Materialy yezhegodnoy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii 24-26 iyunya 2019 g., g. Sankt-Peterburg. RGPU im. A.I. Gertsena* [Modern ontolinguistics: problems, methods, discoveries. Materials of the annual international scientific conference on June 24-26, 2019, St. Petersburg. RGPU them. A.I. Herzen]. Ivanovo: Listos, pp. 436–440 (in Russ.).

16. Revyakina, V. I. (2015) Aksiologicheskiye problemy kul'tury i obrazovaniya sovremennoy molodezhi [Axiological problems of culture and education of modern youth]. *Obrazovaniye i nauka. Rossiyskiy gosudarstvennyy professional'no-pedagogicheskiy universitet* [Education and Science. Russian State Vocational Pedagogical University], No. 5 (124), pp. 15–26 (in Russ.).

17. Fasmer, M. (1986) *Etimologicheskiy slovar' russkogo yazyka* [Etymological dictionary of the Russian language]. Translation from German and additions by Corr. USSR Academy of Sciences O.No. Trubachev. Ed. and with a foreword. prof. B.A. Larina. Ed. second, stereotypical. In four volumes. T. 1. M.: Progress, 576 p. (in Russ.).

**Месеняшина Людмила Александровна**, доктор педагогических наук, профессор кафедры русского языка и литературы, Челябинский государственный университет.  
mesenyashing@mail.ru



## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Журнал «Челябинский гуманитарий» издавался с 2006 года под эгидой Челябинского научного центра РАН; с 2020 года издается Челябинским государственным университетом по следующим специальностям:

- культурологии (24.00.01 Теория и история культуры);
- филологии (10.01.01 Русская литература; 10.01.08 Теория литературы. Текстология; 10.01.10 Журналистика),
- педагогике (13.00.01 Общая педагогика, история педагогики и образования).

Входит в РИНЦ.

ISSN 1999-5407.

Требования к публикациям:

Объем статьи: от 16000 до 40000 символов (включая заголовочный комплекс и перевод на английский язык).

### **Обязательные элементы статьи:**

– ФИО автора, город, вуз, e-mail, название статьи, аннотация на русском языке (50-100 слов), ключевые слова (не более 10);

– текст статьи;

– список литературы (не менее 10 позиций);

– сведения об авторе на русском языке: полностью ФИО, должность и ученая степень (указываются полностью, без сокращений!), место работы (полное название, без сокращений и аббревиатур!), рабочий и домашний адреса с указанием почтового индекса, контактные телефоны, адрес электронной почты;

– фамилия автора, указание места его работы (вуз и город) и электронной почты, название статьи, аннотация и ключевые слова на английском языке, при этом аннотация обязательно расширенная, с учетом того, что с нею знакомится человек, который не сможет прочитать полный текст русскоязычной статьи. Объем расширенной аннотации – от 1000 до 3000 символов с пробелами;

– References (список литературы на латинице с частичным переводом на английский язык, оформление списка см. ниже). Для транслитерации русских слов латинскими буквами автор может воспользоваться помощью сайта [www.translit.ru](http://www.translit.ru), выбрав стандарт транслитерации – BGN. Вся библиография транслитерируется, при этом названия статей и места их размещения (журналы, сборники) переводятся на английский язык и меняется порядок элементов библиографического описания (см. ниже).

### **Оформление списка литературы (на русском языке)**

Список литературы должен быть выстроен по алфавиту, в текстовых ссылках в квадратных скобках указывается номер источника по списку и номер страницы, на которую ссылается автор (пример: [8. С. 97]). В самом списке указывается либо общее количество страниц источника, либо, если это статья из сборника, номера страниц, на которых напечатана эта статья. Иноязычные источники приводятся по алфавиту после русскоязычных.

Если автору необходимо в одной текстовой ссылке перечислить несколько источников из Списка литературы, необходимо сделать следующее: «... неоднократно становилось предметом исследования [См., например: 1; 2; 6]».

Уважаемые авторы! Не забывайте о том, что алфавитный порядок определяется по первой букве в фамилии автора, а не его имени. Если автор отсутствует, по первой букве названия книги. Необходимо также указывать вид издания: монография, коллективная монография, сборник статей, сборник тезисов докладов, учебник, учебное пособие.

### Требования к оформлению списка литературы на русском языке

Источники располагаются строго в алфавитном порядке (сначала источники на русском языке, потом – на иностранном). Выделения курсивом или кавычками не используются. Законодательные акты располагаются в общем списке, соблюдается алфавитный порядок.

Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ 7.0.100-2018.

Иностранные источники оформляются в русскоязычном списке литературы по требованиям российского ГОСТ.

#### Примеры:

1. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник / Н. К. Гарбовский. – Москва : Изд-во Московского университета, 2004. – 544 с. – Текст : непосредственный.
2. Грязев, А. «Пустое занятие»: кто лишает Россию права вето в СБ ООН : в ГА ООН возобновлены переговоры по реформе Совета Безопасности / А. Грязев. – Текст : электронный // Газета.ru : [сайт]. – 2018. – 2 февр. – URL: [https://www.gazeta.ru/politics/2018/02/02\\_a\\_11634385.shtml](https://www.gazeta.ru/politics/2018/02/02_a_11634385.shtml) (дата обращения: 09.02.2018).
3. Делез, Ж. Логика смысла. Фуко, М. *Theatrum philosophicum* / Ж. Делез, М. Фуко ; пер. с фр. Я. И. Свирского ; под науч. ред. А. Б. Толстова. – М.: Паритет ; Екатеринбург : Деловая книга, 1998. – 480 с. – Текст : непосредственный.
4. Дмитриев, А. В. Россия в контексте пространственного развития: взгляд с периферии Ближнего Севера / А. В. Дмитриев, В. В. Воронов. – Текст : непосредственный // Мир России : социология, этнология. – 2017. – Т. 26, № 4. – С. 169–181.
5. Казакова, О. В. Особенности художественного перевода: практикум-хрестоматия / О. В. Казакова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 160 с. – Текст : непосредственный.
6. Кэрролл, Л. Приключения Алисы в Стране Чудес : Сказка / Л. Кэрролл ; пересказ с англ. Б. Заходера. – Москва : Дет. лит., 1979. – 159 с. – Текст : непосредственный.
7. Литвин, Ф. А. Многозначность слова в языке и речи / Ф. А. Литвин. – Изд. 2-е, стереотипное. – Москва : КомКнига, 2005. – 120 с. – Текст : непосредственный.
8. Мир бессмыслиц. Лимерики, старые и новые : сборник (на англ. и русск. яз.) / сост. К. Н. Атарова. – Москва : Радуга, 2003. – 272 с. – Текст : непосредственный.
9. Можейко, М. А. Нонсенс / М. А. Можейко. – Текст : непосредственный // Новейший философский словарь. – 3-е изд., испр. – Минск : Книжный Дом, 2003. – С. 702–703.
10. Скрипник, К. Д. Лингвистический поворот и философия языка Дж. Локка: интерпретации, комментарии, теоретические источники / К. Д. Скрипник. – Текст : непосредственный // Вестник Удмуртского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2017. – Т. 27, вып. 2. – С. 139–146.
11. Carroll, L. *Alice's Adventures in Wonderland* / L. Carroll. – Moscow : Progress Publishers, 1979. – 235 p. – Текст : непосредственный.
12. Jakobson, R. *Linguistics and Poetics* / R. Jakobson // *Style in Language*. – New-York, 1960. – Текст : непосредственный.
13. Topsy-Turvy, World. *English Humour in Verse* / World Topsy-Turvy. – Moscow : Progress Publishers, 1978. – 319 p. – Текст : непосредственный.

### Оформление списка литературы на английском языке

В англоязычном списке литературы источники располагаются в том же порядке, что и в русскоязычном.

#### Примеры:

1. Zagidullina, M. V. (2018). *Tipologiya polikodovykh yedinstv v aspekte medialogiki* [Typology of Policode Unities in the Aspect of Medialogics]. *Mediascope* [Mediascope], available at: <http://www.mediascope.ru/2464>. DOI: 10.30547/mediascope.3.2018.2 (accessed 25.02.2019) (in Russ.).
2. Raspopova, S. S. & Bogdan, E. N. (2018). *Feykovyye novosti: Informatsionnaya mistifikatsiya: uchebnoye posobiye* [Fake news: Information hoax: study guide]. Moscow: The Aspect of Press, 112 p. (in Russ.).

3. Simakova, S. I. (2018). Vizual'nyy obraz v SMI – formirovaniye mediaestetiki potrebitelya massovoy informatsii [Visual images in the media – formation of media esthetics of the consumer of mass information]. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of media education], 3 (29), pp. 83–92 (in Russ.).

4. Simakova, S. I. (2017). Vizual'nyy povorot v massovykh kommunikatsiyakh: kollektiv. monogr. [A visual turn in mass communications: the team. monograph]. *Vizual'nyy povorot i mediareal'nost'* [The Visual Turn and Media Reality]. Chelyabinsk, Publishing House of Chelyabinsk State University, pp. 21–29 (in Russ.).

5. DePaulo B. M., Rosenthal R. The structure of nonverbal decoding skills. *Journal of Personality*. 1979. N 47 (3). P. 506–517.

Статьи принимаются только в электронном виде по адресу [chelgum@yandex.ru](mailto:chelgum@yandex.ru). Файл со статьей озаглаивается указанием научного направления и фамилией автора (пример: экономика\_Иванова.doc). В теме письма указывать «Челябинский гуманитарий». В случае несоответствия статьи требованиям автору высылается мотивированный отказ. Отправка статьи для публикации в журнале одновременно означает согласие автора с ее размещением в открытых интернет-источниках. Вопросы можно задавать по электронной почте [chelgum@yandex.ru](mailto:chelgum@yandex.ru).

Публикация в журнале бесплатная.