
МЕДИА И ОБРАЗОВАНИЕ MEDIA AND EDUCATION

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 2 (52). С. 38–46.

eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Знак: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2024;2(52): 38–46.

eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).



Научная статья

УДК 070

DOI 10.47475/2070-0695-2024-52-2-38-46

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В МЕДИАОБРАЗОВАНИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Станислава Александровна Базикян

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия,

Stanislava83@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0880-6554>

Аннотация. Наряду с традиционными практиками обучения в вузовском образовании реализовываются и инновационные модели – в некоторых высших учебных заведениях активно внедряется проектная деятельность. В статье предпринята попытка анализа специфики функционирования студенческих медиапроектов на примере опыта кафедры журналистики НовГУ. Посредством мониторинга разноформатных кафедральных учебных медиа (контент-анализ ключевых текстов, дизайн-исследование) удалось прийти к выводу о том, что проектный метод весьма продуктивен при реализации дисциплин, имеющих прикладной характер. Несмотря на сложности, с которыми сталкиваются как студенты, так и педагоги, курирующие проектную деятельность (наличие заинтересованности в результате лишь у части команды, боязнь «острых» тем, устаревшая материально-техническая база), практико-ориентированный подход позволяет погрузить студентов в тонкости работы в редакционном коллективе, обратить внимание на технологические нюансы производства различных видов СМИ и в целом дает возможность применить теоретические знания на практике, – когда студент участвует в создании публичного работоспособного медиапродукта, эффективность лекционных занятий значительно повышается по сравнению со сдачей индивидуального зачетного или экзаменационного задания («в стол»). Интерес к учебе у студентов резко возрастает, когда они осознают, что делают общественно значимый проект, который может оказаться связующим звеном между потенциальными работодателями и учащимися. Показанный в данном исследовании методический инструментарий может представлять интерес для медиапедагогов, занимающихся реализацией практико-ориентированных дисциплин. Он поможет учесть потенциальные ошибки и трудности и сделать тем самым проектную деятельность эффективной методикой формирования профессиональных компетенций.

Ключевые слова: журналистика, медиаобразование, проектная деятельность, студенческие проекты.

Для цитирования: Базикян С. А. Проектная деятельность в медиаобразовании как эффективный инструмент формирования компетенций // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 2 (52). С. 38–46. doi: 10.47475/2070-0695-2024-52-2-38-46

Original article

PROJECT ACTIVITIES IN MEDIA EDUCATION AS AN EFFECTIVE TOOL FOR DEVELOPING COMPETENCIES

Stanislava A. Bazikyan

Yaroslav the Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia,

Stanislava83@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0880-6554>

Abstract. Along with traditional teaching practices, innovative models are also being implemented in higher education – in a number of higher educational institutions, project activities are actively being introduced into the educational process – the article attempts to analyze the specifics of the functioning of student media projects using the example of the experience of the Department of Journalism

at NovSU. Through monitoring of multi-format cathedral educational media (content analysis of key texts, design research), it was possible to come to the conclusion that the project method is very productive in the implementation of practice-oriented disciplines in media educational areas of training – despite the difficulties faced by both students and teachers in charge of project activities (only a part of the team is interested in the result, fear of “acute” topics, outdated material and technical base), a practice-oriented approach allows students to immerse themselves in the intricacies of working in the editorial team, pay attention to technological nuances the production of various types of media and in general, to give the opportunity to apply theoretical knowledge in practice – when a student participates in the creation of a public, workable media product, the effectiveness of lectures is significantly increased compared to passing an individual test or examination assignment («on the table»). Students’ interest in learning increases dramatically when they realize that they are doing a socially significant project, which may also turn out to be a connecting link between potential employers and students. The methodological tools shown in this study may be of interest to media educators engaged in the implementation of practice-oriented disciplines, will help to take into account potential errors and difficulties and thereby make project activities an effective method of forming professional competencies.

Key words: journalism, media education, project activities, student projects.

For citation: Bazikyan S. A. (2024). Project activities in media education as an effective tool for developing competencies. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2(52): 38–46. (In Russ). doi: 10.47475/2070-0695-2024-52-2-38-46

Введение

Проектные методики в журналистском образовании используются достаточно давно – печатные учебные издания существуют уже не одно десятилетие на медианправлениях многих вузов страны, но традиционные способы подачи материала, в которых преобладают один-два формата (текст и графика, например), не покрывают потребностей современного информационного рынка, тяготеющего к большей интерактивности и мультиформатности. Поэтому наряду с принтовыми медиа начали появляться цифровые студенческие учебные проекты, в которых помимо текста и графики активно используются видео, аудио, игровые форматы – в научном дискурсе назрела необходимость рефлексии специфики подобных проектов.

Анализ зарубежного и российского опыта реализации проектно-ориентированного обучения позволяет дать определение ключевому термину нашей работы: проект в современном понимании – это скоординированная и управляемая целенаправленная деятельность по производству уникального изделия, ограниченная определенными временными рамками.

Для данного исследования актуальным стало и понятие образовательного проекта как востребованной педагогической технологии, представляющей собой синтез теоретических знаний и практических способов их актуализации посредством выполнения определенной последовательности работ (жизненный цикл проекта), результатом которых является общественно значимый продукт (Голубцова, 2023; Сысоева, 2020; Старшов 2018; Ковалева 2016; Романова 2013).

С целью анализа жанрового, тематического и оформительского своеобразия, проблем и перспектив дальнейшего развития этих нетривиальных учебных практик в медиаобразовании автором был проведен анализ десяти учебных проектов кафедры журналистики НовГУ.

Эмпирическая база исследования

Материалы учебных проектов кафедры с 2020 года по настоящее время, а именно: 15 выпусков учебной газеты, 10 записей подкастов и видеосюжетов, 2 мультимедийных проекта (лонгрид и сайт). На кафедре журналистики НовГУ проектное обучение реализуется как во время освоения практико-ориентированных учебных дисциплин («Технология СМИ: производство газеты»; «Мультимедийные технологии в работе современных редакций СМИ»), так и в рамках «Проектных практикумов», полностью рассчитанных на проектную деятельность (бакалавриат).

Результаты исследования

Необходимо отметить, что модель проектного обучения, внедренная на кафедре, повторяет исторический генезис развития самой профессии: от моноформатных к полиформатным медиа, от печатных изданий – к современным мультимедийным СМИ. Реализация проектной модели обучения, соответственно, делится на 4 этапа (рис. 1).

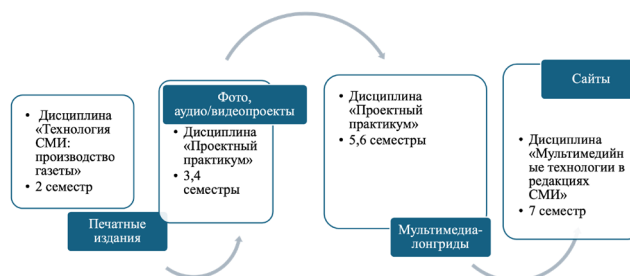


Рис. 1. Модель проектного обучения кафедры журналистики НовГУ

Как видно из представленной модели, образовательный процесс выстроен таким образом, чтобы вид учебного проекта и время реализации соответствовали эволюции самих средств массовой информации (от так называемых моноСМИ, представленных на одной платформе – к современным кросс-медиа, функционирующим на нескольких ресурсах). По убеждению разработчиков, такая модель наилучшим образом способствует формированию у студентов представления о трансформации и усложнении форматов и жанров подачи журналистской информации. Кроме того, постепенно переходя от моноплатформенности к конвергентности, студенты учатся создавать как одноформатный продукт, так и мультимедийный. Это способствует формированию навыков работы не только с разными жанрами, но и с целым комплексом форматов.

В основе управления любым проектом лежит понятие жизненного цикла, который состоит из определенных этапов. Исследователи предлагают выделить следующие этапы жизненного цикла медиапроекта:

- 1) организационно-подготовительный этап (проектирование медиапродукта);
- 2) технологический этап (разработка медиапродукта);
- 3) заключительный этап (презентация медиапродукта) (Никишин 2019; Баканов 2017).

В целом обозначенный жизненный цикл повторяет редакционные этапы производства любого СМИ: подготовка информации – упаковка информации – распространение упакованного продукта. Все кафедральные проекты, независимо от типа, также реализовываются в соответствии с вышеобозначенными стадиями. Рассмотрим подробнее основные принципы работы над теми проектами, которые показали наибольшую результативность.

Учебные печатные издания кафедры

В рамках дисциплины «Технология СМИ (производство газеты)» студенты под руководством преподавателя работают над выпуском учебной газеты «Антоновка».

Выпуск учебной газеты включает *следующие этапы*:

1. подготовительный этап. Встреча с экспертным сообществом. Опираясь на опыт PBL других стран, кафедра журналистики организывает периодические встречи студенческих команд с экспертами. Как считают зарубежные исследователи проектных методик, взаимодействуя с внешними экспертами, студенты набираются опыта у профессионалов, получают возможность задать им вопросы по темам/проблемам, в которых у них имеются пробелы. Участие в мастер-классах помогает глубже вникнуть в ситуацию, прочувствовать контекст (Maher, Yoo 2017). Поэтому на первом этапе работы над проектами кафедра инициирует экскурсии в редакции региональных СМИ, встречи и тренинги с известными представителями медиасферы, чтобы студенты могли почувствовать профессиональный колорит и с помощью «собеседований» со специалистами более качественно выстроить работу над медийными проектами и вывести их на новый уровень;
2. распределение ролей;
3. определение концепции, тем, значимых информационных поводов для публикаций, рубрик и составление сетевого графика;
4. сбор информации корреспондентами. Реализация плана;
5. верстка полос в компьютерной программе Adobe InDesign;
6. печать номера в типографии;
7. итоговая летучка.

Жанрово-тематическая специфика учебной газеты.

Студенческая газета в силу специфики и авторского состава тяготеет к информационным жанрам: аналитика здесь занимает второстепенное место, а культурная и просветительская тематика уступает развлекательной. Так как «Антоновка» – не только учебное, но и корпоративное издание, приоритетными оказываются темы, связанные с Гуманитарным институтом и с НовГУ в целом, треть газеты составляют новости о событиях образовательной организации. Характерно, что при подготовке материалов информационного характера часто происходит подмена понятий – репортажные тексты «подменяются» расширенными новостями. Студентам зачастую оказывается сложно передать «эффект присутствия» находясь на месте события, поэтому представленный в редакцию новостной материал оказывается сухим сводом фактов, переписанным пресс-релизом. Формирование навыков написания репортажных текстов оказывается насущной необходимостью в журналистском образовании.

«Антоновка» – прежде всего издание учебное, поэтому помимо информационно-познавательных публикаций в каждом выпуске газеты присутствуют и критические материалы: в рубрике «Поразмышляем?» студенты пытаются проанализировать насущные проблемы, касающиеся не только студенческой жизни («Новые возможности»: *проектная деятельность в НовГУ*); «Возможно ли совмещать работу и учебу»; «Что делать, если не выставили баллы по ОПД» и т. д.), но и более глобальные вопросы («Мы не будем прежними (как ковид повлиял на нашу жизнь)», «Женщина – ее роль в современной культуре»), а в

рубрике «Советуем посмотреть» студенты публикуют отзывы на трендовые литературные, музыкальные и киноновинки.

Популярными в газете оказываются художественно-публицистические жанры – очерки и зарисовки, с помощью которых студенты учатся описывать свои мысли, переживания, ощущения (звуки города, дорога домой и т. д.), не претендуя на экспертность – многие из подобных материалов оказываются выполненными на достаточно высоком уровне (с эстетико-стилистической точки зрения), а задания, связанные с подготовкой такого рода текстов, большинство студентов выполняют с повышенным энтузиазмом.

Стоит отметить, что при формировании содержательно-тематической модели «Антоновки» редакция ориентируется и на аудиторию. Читатели учебной газеты – студенты, преподаватели, абитуриенты и их родители, выпускники института, но ядром целевой аудитории оказываются именно студенты, поэтому контент издания формируется исходя в первую очередь из их потребностей. С этой целью студенты кафедры ежегодно проводят социологический опрос потенциальных и реальных читателей газеты с целью выявления желаемой тематической модели.

В жанровом отношении предпочтительными оказываются и анонсы, афиши мероприятий (университетских и городских); лайфхаки (как сдать сессию, топ недорогих мест общепита и т. д.); аналитические материалы (о «больных» темах студенчества). Показательно, что вырос интерес к этнической тематике. В последние несколько лет в НовГУ появилось большое количество иностранных студентов, поэтому, как показал опрос, востребованными оказываются и материалы, посвященные межнациональным отношениям, религиозным праздникам различных народов, их культуре и быту. С одной стороны, подобный запрос аудитории позволит расширить, обогатить тематическую палитру «Антоновки» – контент, посвященный этническим вопросам, до настоящего времени в газете не появлялся. Он окажется крайне злободневным для вуза, в котором около 15 % учащихся – иностранные студенты. С другой стороны, для самих авторов издания подобная тематика может оказаться сложной для освоения, как утверждают медиаисследователи (Корконосенко 2015; Блохин 2008), качественное освещение этнической тематики требует высокого уровня профессиональной культуры, «умения и потребности журналиста мыслить, размышлять, анализировать этнические явления и процессы» (Блохин 2008). При этом журналист «превращается в узкого специалиста-исследователя, который вычленил, описывает и анализирует тот или иной фрагмент действительности» (Блохин 2008). Подобная узкая специализация для студентов-первокурсников зачастую труднодостижима.

В целом же мониторинг материалов «Антоновки» за последние три года позволяет сделать вывод о том, что ее контентная политика соответствует запросам аудитории: практически всем темам и жанрам есть место в газете, но с целью максимального «попадания» в запросы целевой аудитории редакция планирует ввести новые рубрики, посвященные науке, здоровому образу жизни и карьере, а также усилить аналитический компонент жанровой модели.

Дизайн

Композиционно-графическая модель газеты устоялась лишь год назад: в течение 13 лет редакция находилась в постоянном поиске «своего лица». Трансформация информационного поля, превалирование визуального компонента над текстовым, характерные для современной медиатизированной культуры, не могли не повлиять и на эволюцию графического оформления «Антоновки»: газета от монохрома перешла к полихромному, был усовершенствован логотип, появились современные форматы подачи информации (инфографика, например), были добавлены элементы мультимедийности и интерактивности (QR-код, отсылающий к сайту института; флип-бук-«листочек», дополняющая печатную версию газеты и т. д.).

Отметим, что «Антоновку» готовят каждый год новые группы студентов, поэтому добиться единообразия в оформлении выпусков иногда оказывается достаточно сложно, кроме того, газета создается силами исключительно студентов кафедры журналистики, не хватает профессионального взгляда на визуальный облик издания, но в целом редакция старается следовать современным трендам в оформлении печатных СМИ. В газете применяется так называемый текст-графический дизайн, который, по заключению экспертов, позволяет максимально полно задействовать современный дизайнерский инструментарий. «Макетируя издание, дизайнер в первую очередь размещает текст, а потом разбавляет его иллюстрациями с учетом композиционно-графической модели. Главное его отличие от обычного текстового дизайна не только в большем количестве иллюстраций, дело, скорее, в измененном способе подачи текста. Его делают легким в «усвоении», доступным за счет применения инфографики, различных вариантов шрифтового оформления, краевых блоков» (Носаев 2012: 56).

Таким образом, при макетировании и верстке газеты редакторский коллектив старается следовать последним трендам: гармоничное сочетание визуального и текстового компонентов, использование инфографики, рисованных иллюстраций, комиксов. Но недостаток профессиональных навыков в области графического дизайна иногда негативно сказывается на облике издания: превалируют иллюстрации из фотостоков (в ущерб авторским фото), некоторые авторские фотоизображения обладают низкой

эстетической ценностью, экспериментирование со шрифтами (например, стремление к использованию в рамках одной полосы трех-четырех гарнитур) оказывается не всегда уместным. В следующих семестрах недостаток компетенций восполняется в рамках таких дисциплин, как «Фотодело» и «IT в профессиональной деятельности». Сформированные во время освоения этих курсов навыки используются в работе над электронной «Антоновкой» в пятом-шестом семестрах (при учете и анализе ошибок, сделанных во время производства печатной версии газеты в первый год обучения).

Учебные аудио-и видеопроекты

В 2020 году НовГУ стал одной из инновационных площадок по внедрению проектно-ориентированной модели обучения «Новый университет. Эволюция». Модель реализуется на всех направлениях подготовки с 1 по 5 курс и включает освоение таких дисциплин, как «Основы проектной деятельности» (междисциплинарные проекты) и «Проектный практикум» (профильные проекты). Именно в рамках «Проектного практикума» (в третьем-четвертом семестрах) студенты кафедры журналистики работают над профильными проектами, представленными аудио- и видеоформатами.

Курс носит практико-ориентированный характер и не предусматривает лекционных занятий, часы распределяются между контактной работой (практические занятия) и внеаудиторной самостоятельной работой студентов (СРС). По замыслу инициаторов проектно-ориентированной модели обучения работа над любым учебным проектом должна состоять из следующих этапов (тактов) (рис. 2):



Рис. 2. Этапы проектной работы

1 такт – ознакомительный. На данном этапе происходит запись студентов в понравившиеся проекты через «витрину».

Работа над проектами начинается во 2 такте – алгоритм идентичен для всех проектов:

- формулировка проблемы, которую призваны решить проекты;
- определение цели и задач;
- определение целевой аудитории, ее нужд и потребностей (проведение социологического опроса);
- анализ конкурентов;
- формулировка ожидаемого результата.

Второй такт завершает экспертный день, в рамках которого кафедральные и внешние эксперты оценивают наработки по проектам и дают рекомендации по их совершенствованию.

На третьем этапе (такте) студенты работают непосредственно над прототипом: одна команда записывает серию подкастов, вторая команда снимает и монтирует ряд сюжетов. Итогом проектной работы на этом этапе становится предзащита проектов, на которой экспертная комиссия дает рекомендации по совершенствованию прототипов.

На четвертом этапе студенты дорабатывают прототип (серию подкастов и ряд видеосюжетов) в соответствии с замечаниями экспертов и выкладывают готовый продукт в сети Интернет, отслеживая при этом фидбек от целевой аудитории. На итоговой защите проектов происходит отбор лучших кафедральных проектов для участия в университетском конкурсе «Эволюция 2.0».

Подобный алгоритм проектной работы имеет как плюсы, так и минусы. С одной стороны, периодическая экспертная оценка позитивно сказывается на результатах. Излишняя самоуверенность и юношеский максимализм приглушаются здоровой профессиональной критикой, что позволяет добиться более качественного результата и тем самым способствует формированию профильных компетенций. С другой стороны, отсутствие теории (лекционных часов) делает «Проектные практикумы» малоинформативными для студентов. Одного астрономического часа, отведенного на проектные встречи с наставниками раз в неделю, недостаточно для скрупулезной проработки тем – в рамках отведенного времени студенты успевают лишь выполнить работу над ошибками.

Несмотря на отмеченные недостатки, «Проектные практикумы», по словам кафедральной экспертной комиссии, в целом дают плодотворные результаты и оказываются весьма популярными у аудитории.

Тематическая специфика проектов

Как сюжеты, так и подкасты в первые годы реализации в подавляющем большинстве были посвящены

жизни института и редко выходили на более масштабную проблематику. С 2023 года по настоянию наставника проекты стали затрагивать более широкие темы. Появились и оказались крайне популярными у аудитории подкасты, посвященные культурной тематике. Студенты рассуждают о новинках кинематографа, о неоднозначных явлениях в искусстве, дискутируют со школьниками о проблемах и перспективах современного образования. Расширение информационной повестки крайне позитивно принимает аудитория – количество подписчиков проекта на платформе «VK Подкасты» стабильно увеличивается.

Учебные мультимедийные проекты кафедры

Лонгриды

Отвечая вызовам времени, в 2022 году кафедра журналистики НовГУ разработала учебный курс «Мультимедийные технологии в работе современной редакции СМИ», направленный на формирование навыков работы с новыми сервисами при создании журналистского материала. Студенты осваивают такие форматы подачи информации, как инфографика, интерактивные карты, анимация, карточки, чек-листы, stories, таймлайны. С помощью специальных платформ (365done.ru, «Удоба», figma.com, xplainto.me и др.) студенты учатся «упаковывать» разножанровые тексты в различные современные форматы, позволяющие, как утверждают эксперты, выходить на новые аудитории и долгое время удерживать их внимание – визуализация информации превращается в добавочную стоимость материала.

Навыки, полученные за время прохождения курса, ложатся в основу работы над проектами в рамках «Проектного практикума» в 5 семестре. Основная цель всех проектных команд на этом этапе работы – создание мультимедийных лонгридов на платформе-конструкторе сайтов «Тильда». То есть в рамках курса «Мультимедийные технологии в работе современной редакции СМИ» студенты учатся создавать отдельные форматы, а «Проектный практикум» нацелен на синтез полученных навыков. Проекты здесь представляют собой полноценные многоформатные продукты, в которых традиционные текст и фото гармонично дополняются инфографикой, анимацией, интерактивными форматами (тесты, опросы).

Формат мультимедийного лонгрида наставником был выбран не случайно – среди медиапедагогов бытует мнение, что подобная форма представления проекта является наиболее эффективной для формирования ведущей профессиональной компетенции будущих журналистов (Азевич 2018, Тарасов 2023, Дудникова 2021), подготовки и написания текстов. Так как лонгрид предполагает долгое чтение, студентов пугает перспектива работы над текстом, имеющим объем более 2000 знаков, но, будучи дополненным различными современными форматами (видео, инфографикой, таймлайнами), он перестает отталкивать своей массивностью и привлекает интерес участников проекта возможностью поэкспериментировать с трендовыми изобразительно-выразительными приемами удержания внимания аудитории.

Нужно отметить, что *темы* мультимедийных проектов студенты выбирают сами. В первый год работы над подобными проектами сложилась негативная тенденция: как и в проанализированных нами выше аудио- и видеопроектах практически все темы и здесь так или иначе были связаны с университетом и студенческой жизнью.

С целью стимулирования рефлексии у студентов и усложнения тематики мультимедийных проектов было принято решение в дополнение к практико-ориентированному использовать проблемно-ориентированный подход при преподавании курса «Мультимедийные технологии в работе современной редакции СМИ». Теперь мастер-классы и тренинги по созданию мультимедийных форматов дополняются семинарами, на которых студенты анализируют мультимедийные проекты ведущих зарубежных и отечественных СМИ: выявляют тематическое своеобразие, проблемные ракурсы, специфику выбора и работы с источниками информации, рассуждают о значимости проектов для аудитории.

В результате рефлексии мирового опыта спектр тем проектов значительно расширился: студенты дискутируют о том, тяжело ли быть женщиной в России, пытаются анализировать специфику чайной культуры, рассказывают о преимуществах гуманитарных специальностей. Но большинство лонгридов все же по-прежнему тяготеет к студенческой тематике, представляя собой путеводители по учебным ресурсам и студенческим формированиям. Безусловно, студенты пишут о «наболевшем», о том, что волнует каждый день многих из них (лонгриды на студенческую тематику одни из самых просматриваемых), но заикленность на одной проблематике и отсутствие аналитичности в материалах подобного рода снижают эффективность учебного процесса.

Еще одной проблемой, с которой сталкивается наставник при работе со студентами над мультимедийными проектами, является нежелание студентов использовать такие сложные в исполнении, но крайне эффективные форматы, как анимация и интерактив. Мультимедийность проектов ограничивается фото, видео- и аудиоформатами: лишь в двух проектах из десяти используются «кликабельные кнопки», анимационные вставки, интерактивные карты.

Но несмотря на отмеченные недостатки мультимедийных проектов, в целом студентам удается сформировать крайне востребованные сегодня компетенции в области использования в профессиональной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий (ОПК-6).

Сайты

Подытоживает проектную деятельность кафедры работа в рамках «Проектного практикума» в последнем 8 семестре. К этому времени у студентов уже сформирована большая часть профессиональных компетенций: способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-1), осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа (ПК-2), участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий (ПК-3). Поэтому на данном этапе работы перед проектными командами поставлена достаточно сложная цель – выпуск полноценных интернет-изданий на платформе «Тильда». То есть выполненные на первом-втором курсах с помощью программы Adobe InDesign PDF-версии кафедральной учебной газеты «Антоновка» и альтернативных изданий дополняются интернет-версиями.

Алгоритм работы не меняется – команды, так же, как и во втором-третьем семестрах, начинают с тщательной проработки тем, рубрик, затем корреспонденты готовят материалы к публикации. Как показывает опыт, последним оказывается значительно проще работать с контентом – многие пишут достаточно объемные тексты, и будучи ограничены форматом полосы А4 (в печатной версии), с большим трудом доводят их до нужного количества знаков. Интернет-версия снимает подобные ограничения, поэтому работа над текстовым материалом занимает меньшее количество времени.

Но здесь возникает проблема уместности массивных блоков текста в интернет-пространстве, тем более что ядром целевой аудитории как «Антоновки», так и альтернативных изданий является молодежь, которую, как известно, отталкивает наличие большого количества текста. Поэтому задачи так называемого технического отдела усложняются. Ему необходимо продумать, какими форматами дополнить текстовую часть, чтобы они оказались уместными. Для увеличения наглядности активно используется инфографика, а для оживления фоновых подложек – анимация.

Несмотря на трудозатратность дизайна (печатную версию «Антоновки» студенты верстают на две-три недели быстрее), работа над интернет-изданием вызывает большой ажиотаж среди проектантов и позволяет в полной мере сформировать профессиональные компетенции.

Итак, анализ этапов работы над учебными проектами кафедры журналистики, жанровой и тематической специфики, трудностей и перспектив развития позволяет выявить ключевые правила, без соблюдения которых проектная деятельность, по убеждению автора, может оказаться малоэффективной:

- разработка сетевого графика на начальном этапе работы над каждым из проектов с неукоснительным соблюдением сроков выполнения каждой из обозначенных в нем задач. Ведущая функция наставника заключается как раз в контроле над тем, чтобы календарный план был выполнен четко в обозначенные в нем сроки, так как студенты зачастую относятся к нему крайне несерьезно;

- четкое распределение ролей в команде и выдача наставником подробных инструкций с указанием в них должностных обязанностей каждого;

- запрет на использование плагиата или искусственного интеллекта при написании текстов – в противном случае учебная функция проекта оказывается минимальной. В исключительных случаях возможно использование нейросетей для генерирования иллюстративного материала – в публикациях на отвлеченную тематику авторские фотоматериалы, например, использовать крайне сложно, поэтому специальные программы оказываются незаменимым инструментом конструирования визуальной составляющей;

- обязательное получение фидбека от аудитории (мини-анкетирования, комментарии, реакции в социальных сетях и т. д.) и от экспертного сообщества на всех этапах работы над проектами.

Выводы

Таким образом, студенческие медиапроекты позволяют учащимся получить компетенции в сфере медиа, развить коммуникативные навыки. Контент подобных медиа формирует информационное пространство университета. Образовательные проекты позволяют формировать у студентов активную жизненную позицию, которая им пригодится и в профессиональной деятельности. Несмотря на сложности, с которыми сталкиваются участники проектной деятельности (наличие заинтересованности в результате лишь у части команды, боязнь «острых» тем, устаревшая материально-техническая база), в целом, как показывают отзывы студентов и экспертов, проектная работа позволяет сформировать широкий круг профессиональных компетенций (от работы в команде до способности создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и коммуникационные продукты).

Список источников

Азевич А. И. Мультимедийные лонгриды как средство формирования коммуникативных умений школьников // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Информатизация образования.

2018. № 15 (2). С. 190–196.

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

Блохин И. Н. Этнологическая культура журналиста // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2008. № 2-2. С. 302–307.

Голубцова Т. А. Приёмы геймификации образовательных проектов // Медиа. Информация. Коммуникация. 2023. Т. 37, № 2. С. 38–43.

Дудникова И. Е. Мультимедийный лонгрид в образовательной деятельности // Информационные технологии в образовании. 2021. № 4. С. 98–102.

Ковалева Т. В. Особенности образовательных проектов и управления ими // Молодой ученый. 2016. № 12 (116). С. 1290–1293.

Романова И. Б. Образовательные проекты в вузе // Интеграция образования. 2013. № 1. С. 43–47.

Корконосенко С. Г. Преподавание журналистики в высшей школе : учеб. пос. Санкт-Петербург: Свое издательство, 2015. 160 с.

Никишин И. В. Медиапроект: понятие, типы, жизненный цикл // Молодой ученый. 2019. № 24 (262). С. 478–481.

Носаев Д. А. Современные тенденции развития графической модели газеты // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2012. № 3 (105). С. 54–58.

Старшов М. Е. Образовательные проекты как форма развивающего досуга современной молодежи // Культура: теория и практика. 2018. № 5 (26). С. 28–34.

Сысоева Е. А. Развитие информационных компетенций у субъектов образовательной деятельности в условиях цифровой экономики в период пандемии новой коронавирусной инфекции // Экономика и предпринимательство. 2020. № 6 (119). С. 1316–1319.

Тарасов И. А. Образовательный потенциал технологии лонгрид на уроках родной литературы // Научный Татарстан. 2023. № 4. С. 92–96.

Maher D., Yoo J. Project based learning in the primary school classroom // Progress in Education, 2017. Volume 43. URL: https://www.academia.edu/31740202/Maher_D_and_Yoo_J_2017.

References

Azevich, A. I. (2018). Mul'timediinye longridy kak sredstvo formirovaniia kommunikativnykh umenii shkol'nikov [Multimedia longreads as a means of forming students' communication skills]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya: Informatizatsiia obrazovaniia*, 15 (2), 190–196. (In Russ.).

Bakanov, R. P. (2017). Pedagogicheskie priemy, napravlennye na effektivnoe osvoenie studentami distsipliny «Vypusk uchebnogo mediaproekta» (Opyt Kazanskogo universiteta) [Pedagogical techniques aimed at effective mastering by students of the discipline «Graduation of an educational media project» (Experience of Kazan University)]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniia*, 4 (26), 34–45. (In Russ.).

Blokhin, I. N. (2008). Etnologicheskaiia kul'tura zhurnalista [Ethnological culture of a journalist]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*, 2 (2), 302–307 (In Russ.).

Vypusk uchebnoi gazety [The issue of an educational newspaper]. (2019). T. V. Silina-Isinskaiia [i dr.]; pod obshch. red. O. M. Samusevich. Minsk: BGU. (In Russ.).

Golubtsova, T. A. (2023). Priemy geimifikatsii obrazovatel'nykh projektov [Gamification techniques for educational projects]. *Mediia. Informatsiia. Kommunikatsiia*, 37 (2), 38–43. (In Russ.).

Dudnikova, I. E. (2021). Mul'timediinyi longrid v obrazovatel'noi deiatel'nosti [Multimedia longrid in educational activities]. *Informatsionnye tekhnologii v obrazovanii*, 4, 98–102. (In Russ.).

Kovaleva, T. V. (2016). Osobennosti obrazovatel'nykh projektov i upravleniia imi [Features of educational projects and their management]. *Molodoi uchenyi*, 12 (116), 1290–1293. (In Russ.).

Romanova, I. B. (2013). *Obrazovatel'nye proekty v vuze. Integratsiia obrazovaniia* [Educational projects at the university], 1, 43–47. (In Russ.).

Korkonosenko, S. G. (2015). *Prepodavanie zhurnalistiki v vysshei shkole* [Teaching journalism in higher education]. Sankt-Peterburg: Own publishing house, 160 p. (In Russ.).

Nikishin, I. V. (2019). Mediaproekt: poniatie, tipy, zhiznennyi tsikl [Media project: concept, types, life cycle]. *Molodoi uchenyi*, 24 (262), 478–481. (In Russ.).

Nosaev, D. A. (2012). Sovremenny'e tendentsii razvitiia graficheskoi modeli gazety [Current trends in the development of the graphic model of the newspaper]. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie*, 3 (105), 54–58. (In Russ.).

Starshov, M. E. (2018). Obrazovatel'nye proekty kak forma razvivaiushchego dosuga sovremennoi molodezhi [Educational projects as a form of developing leisure for modern youth]. *Kul'tura: teoriia i praktika*, 5 (26), 28–34. (In Russ.).

Sysoeva, E. A. (2020). Razvitie informatsionnykh kompetentsii u subektov obrazovatel'noi deiatel'nosti v usloviakh tsifrovoi ekonomiki v period pandemii novoi koronavirusnoi infektsii [The development of information competencies among subjects of educational activities in the digital economy during the pandemic of a new coronavirus infection]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 6 (119), 1316–1319. (In Russ.).

Tarasov, I. A. (2023). Obrazovatel'nyi potentsial tekhnologii longrid na urokakh rodnoi literatury [The educational potential of longrid technology in native literature lessons]. *Nauchnyi Tatarstan*, 4, 92–96. (In Russ.).

Maher D., Yoo J. (2017). Project based learning in the primary school classroom. *Progress in Education*, 43, available at: https://www.academia.edu/31740202/Maher_D_and_Yoo_J_2017.

Информация об авторе

С. А. Базикян – кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики

Information about the author

Stanislava A. Bazikyan – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Journalism

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 04.04.2024; одобрена после рецензирования 06.08.2024; принята к публикации 10.08.2024.
The article was submitted 04.04.2024; approved after reviewing 06.08.2024; accepted for publication 10.08.2024.