

I. V. Guzhova
Tomsk (Russia)

CULTURE OF DIGITAL GENERATION NETWORK COMMUNICATIONS IN THE CONTEXT OF MODERN DIGITAL LITERACY CONCEPTS

The concepts of digital literacy prevail in the modern discourse on media and information literacy. The authors of these concepts consider general cultural, social and communicative meta-competences critical for the formation of a literate person of the digital age. How can these meta-competencies be specified in the culture of network communications? We found it out at a focus group with students of Siberian universities with the high level of digital competence and experience in creating unique texts in new media.

Key words: digital literacy, “transliteracy”, culture of network communications, digital generation.

Гужова Ирина Викторовна – кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии, ФГБОУ ВПО «Национальный исследовательский Томский государственный университет».

ivguzhova@mail.tsu.ru

М. А. Демчук
Челябинский государственный университет
Челябинск (Россия)

ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ СТУДЕНТОВ КАК ОСНОВА МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ МОДЕЛИ*

В статье автор рассматривает необходимость создания новой медиаобразовательной модели, базирующейся на эстетических предпочтениях студентов. Мы отмечаем современные тренды межличностных связей представителей молодёжи, полученные

в результате первичного опроса слушателей учебного курса «Социум как объект журналистской деятельности» и выводим гипотезу. Также в статье сформулирована проблема и алгоритм исследования, проведя которое можно будет оптимизировать взаимоотношения со студентами.

Ключевые слова: эстетические предпочтения, медиаобразовательная модель, студент, межличностные связи.

Природа межличностных связей современных студентов слабо выражается в различных сегментах культуры (музыке, кинематографе, литературе и. т. д.). Понятия «культовый фильм», «культовый исполнитель», маркировавшие целые поколения, исчезли из среды современной молодёжи. При этом совершенно очевидно:

1. Молодёжь не разобщена, молодые люди нарабатывают социальные связи, активно участвуют в межличностной коммуникации;

2. Молодёжь не находится вне пространства культуры, в первую очередь, массовой, являясь активным потребителем медиаконтента.

Проблема заключается в отсутствии прецедентов культуры, способных дать цельное представление о механизмах межличностных связей в молодёжной среде, снижении степени функциональности использования культурных практик в педагогике. Это создаёт серьёзные риски для факультетов гуманитарной направленности. Преподаватель гуманитарного факультета, в данном случае факультета медиа, лишается возможности приобщения молодых людей к гуманитаристике посредством рассмотрения популярного в их среде медиапродукта в общекультурном контексте. Но ещё более важно то, что, не имея чётких представлений об объединяющих молодёжь культурных доминантах, преподаватель не способен эффективно воздействовать на эту среду в целях её развития. Одно из частных последствий – систематические пропуски занятий студентами. О важности понимания эстетических предпочтений студентов писали С. Н. Пензин, А. В. Фёдоров, И. В. Жилавская [2; 3; 1].

Можно предположить, что культурные доминанты по-прежнему являются одной из основ межличностных связей молодёжи, однако не транслируются «культовым» прецедентом творчества, а рассредоточены по всем сегментам современной медиасреды. В каждом из этих сегментов одна и та же доминанта проявляется по-разному (именно поэтому трудно считается сторонним наблюдателем), но не утрачивает своих свойств.

Для решения этих проблем предлагается путём анализа эстетических предпочтений студентов факультета журналистики ЧелГУ, а именно слушателей учебного курса «Социум как объект журналистской деятельности», выявить объединяющие молодёжь культурные доминанты. На основе их понимания можно будет создать эффективную медиаобразовательную модель.

Для достижения этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Путём социологических опросов выявить, какие прецеденты творчества (вплоть до названий композиций, фильмов, книг) привлекают внимание молодых людей;

2. Выяснить, через какие медийные (например, блоги) и прочие ресурсы молодой человек узнал об этих прецедентах творчества;

3. Проанализировать эти прецеденты творчества и ресурсы, транслирующие информацию о них, с целью выявления содержательных (ценностных) и форматных аспектов, формирующих то, что мы называем культурной доминантой;

4. Соотнести форматные и содержательные аспекты в рамках эстетических предпочтений каждого представителя молодежи, выявить их «общий знаменатель»;

5. Соотнести «общие знаменатели» всех представителей фокус-группы, выявив объединяющие молодёжь культурные доминанты;

6. Соотнести объединяющие молодёжь культурные доминанты с классическими образцами мировой культуры и на этой основе создать образовательную модель.

Созданная на основе объединяющих молодежную среду культурных доминант образовательная модель позволит оптимизировать взаимоотношения со студентами (например, через эффективное соотнесение доминант с тенденциями современной медиасреды) в течение учебного года.

** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 18-18-00007).*

Список литературы

1. Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежной аудитории [Текст] / И. В. Жилавская. – Томск, 2009. – 322 с.
2. Пензин, С. Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы [Текст] / С. Н. Пензин. – Воронеж, 1987. – 176 с.
3. Федоров, А. В. Медиаобразование в России: Краткая история развития [Текст] / А. В. Фёдоров, И. В. Челышева. – Таганрог, 2002. – 266 с.

*M. A. Demchuk
Chelyabinsk (Russia)*

AESTHETIC PREFERENCES OF STUDENTS AS THE BASIS OF THE MEDIA EDUCATION MODEL

In the article the author considers the necessity of creating a new media education model based on the aesthetic preferences of students. We note the current trends in the interpersonal relationships of the representatives of youth, obtained as a result of the initial survey of the students of the training course “Social environment as an object of journalistic activity” and derive a hypothesis. Also in the article the problem is formulated, and the research algorithm, after which it will be possible to optimize the relationship with the students.

Key words: aesthetic preferences, media education model, student, interpersonal relations.

Демчук Максим Алексеевич – ассистент, лаборант-исследователь кафедры журналистики и массовых коммуникаций, ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет».
demchukmax74@gmail.com