

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет»

Факультет журналистики

MEDIAОБРАЗОВАНИЕ

*Материалы
Третьей международной научно-практической
конференции*

*Челябинск
27–28 ноября 2018 года*

Челябинск
Издательство Челябинского государственного университета
2018

УДК 37(082)

ББК Ч40я43

М422

Редакционная коллегия:

Вера Владимировна Антропова,
кандидат филологических наук, доцент;

Анна Анатольевна Морозова,
кандидат филологических наук;

Светлана Ивановна Симакова,
кандидат филологических наук, доцент

MEDIAОБРАЗОВАНИЕ : материалы Третьей междунар. науч.-
М422 практ. конф. (Челябинск, 27–28 ноября 2018 г.) / сост. А. А. Мо-
розова ; Челяб. гос. ун-т. — Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та,
2018. — 447 с.

ISBN 978-5-7271-1543-5

В сборнике публикуются материалы докладов, представленных участниками III Международной научно-практической конференции «MEDIAОбразование». Материалы сборника будут полезны представителям массмедийного и педагогического сообщества; всем тем, кто интересуется вопросами медиаграмотности и медиаобразования.

УДК 37.01(082)

ББК Ч40я43

Издается в авторской редакции.

ISBN 978-5-7271-1543-5

© Авторы докладов, 2018

© Челябинский государственный университет, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. История и современное состояние медиаобразования	11
Байбатырова Н. М. Медиаобразование этнических общностей в полиэтничном регионе (на примере Астраханской области).....	11
Ефанов А. А. «И физики, и лирики»: детерминанты современного медиаобразования	14
Полянина А. К. Медиаобразование в системе информационной безопасности	18
Скибина О. М. Социологическое исследование медиаграмотности современного педагога (на примере Оренбургской области).....	21
Федоров А. В., Левицкая А. А. Медийный образ школы в последние годы существования СССР.....	25
Федоров А. В. Массовое медиаобразование в странах СНГ.....	29
Глава 2. Интернет-технологии и концепции продвижения в медиаобразовательной практике	35
Глухов А. П. Особенности культуры виртуальных коммуникаций поколения Z: менеджмент режимов коммуникации	35
Грибан О. Н. Опыт и перспективы продвижения образовательных веб-сайтов в сети Интернет	39
Гуторова Н. А. Особенности общения преподавателя и студента в социальных сетях: этический аспект	43
Загидуллина М. В. Интерактивные образовательные интернет-технологии в медиаэстетическом аспекте	47
Качалова С. М. Использование push-сообщений в рекламе ...	50
Лазуткина Е. В. Мобильные технологии в современном медиаобразовании	54
Морозова А. А. Способы продвижения тематики медиаобразования среди различных категорий населения (на примере работы Учебно-научного центра медиаобразования)	59
Немчинова Е. Ю. Основные способы подачи социальной рекламы в социальной сети ВКонтакте	64

Лазуткина Екатерина Валерьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и истории журналистики факультета филологии и журналистики, координатор кафедры ЮНЕСКО ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет».

evlazutkina@gmail.com

А. А. Морозова

Челябинский государственный университет

Челябинск (Россия)

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕМАТИКИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ СРЕДИ РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЙ НАСЕЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ УЧЕБНО- НАУЧНОГО ЦЕНТРА МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ)*

В статье рассмотрены способы продвижения темы медийной безопасности для широкого круга аудитории массмедиа. В качестве материала исследования рассмотрены основные направления работы Учебно-научного центра медиаобразования факультета журналистики: отмечены задачи, которые реализует центр на факультете, а также подробнее описаны способы реализации научной, учебно-методической и организационной деятельности. Автор приходит к выводу о необходимости охвата различных категорий населения, и, как следствие, адаптации медиаобразовательных программ для каждого сегмента аудитории.

Ключевые слова: медиаобразование, продвижение, медийно-информационная грамотность, аудитория, учебно-научный центр медиаобразования.

Вопросы медийно-информационной грамотности все больше стоят на повестке дня среди широкого круга специалистов. Практически все образовательные учреждения различного уровня и иные организации вовлекаются в процесс медиаобразования, пытаясь привить культуру и знания в сфере медиа как своим

подопечным, так и широкому кругу аудитории. С течением времени в кругах и практиков, и теоретиков встали задачи, которые уже направлены на повышение уровня медиаграмотности не только подростков и молодежи, но и дошкольников, взрослого населения и даже пенсионеров, поскольку сегодня ежедневной аудиторией медиа, в частности Интернета, являются люди всех возрастов. Например, Т. В. Савельева описывает реализацию государственного контракта по обучению пенсионеров [2] и говорит о перспективах данного направления на ближайшие 10–15 лет, в то время как И. В. Чельшева предлагает использование игровых методик для дошкольников в процессе медиаобразования [3]. Следовательно, возникают вопросы адаптации методических разработок для определенной группы населения, выбор канала для распространения информации, который будет отвечать как требованиям современности, так и обладать качествами оперативности и массовости либо, наоборот, будет сегментировано направлен на определенную категорию.

Л. М. Лянова говорит о необходимости создания определенных организационно-педагогических условий формирования медиакомпетентности и наличия характеристик, которыми должна обладать медиатизированная среда в качестве базы для реализации – это активность, доступность, рефлексия, коммуникативность, креативность, проблемность [1]. Чтобы совместить всё необходимое в рамках одной, целенаправленной на медиаобразование рабочей среды, оптимальным вариантом является создание отдельного структурного подразделения, работа которого будет касаться именно реализации заявленной темы.

В качестве примера можно рассмотреть собственный опыт работы на факультете журналистики Челябинского государственного университета. Учебно-научный центр медиаобразования был создан более трех лет назад. К сожалению, штат сотрудников достаточно небольшой, преимущественно состоящий из молодых специалистов и студентов старших курсов, выполняющий посильные для такого коллектива задачи. Но с течением времени у центра появились собственные проекты, ряд которых подпадает под категорию международных.

Учебно-научный центр медиаобразования помогает факультету в решении следующих задач:

– привлечение абитуриентов; более 70% школьников, поступающих на бакалавриат факультета журналистики, благодаря проводимым центром мероприятиям (открытые уроки, конкурсы, фестивали и т. д.) знакомы с факультетом еще со средней школы. Работа с педагогами позволяет наладить прямую коммуникацию с большими группами школьников;

– разработка методической литературы, подробных планов медиаобразовательных занятий для ряда дисциплин, преподаваемых на факультете, а также в школах (для привлечения абитуриентов);

– продолжение развития научной школы по тематике медиаобразования. Ее основы были заложены на факультете более 10 лет назад, сегодня отдельное структурное подразделение факультета журналистики продолжает поддерживать статус одного из центров по работе в данном направлении на уровне России;

– помощь в повышении на факультете качественных и количественных показателей в рамках научной деятельности, в том числе за счет привлечения грантов и учащихся (студентов-бакалавров и магистрантов) для написания научных работ.

В работе центра можно отметить несколько направлений, таких как: научная деятельность, учебная деятельность и организационная.

В научную деятельность входит:

– организация ежегодных научно-практических конференций, которые собирают более 200 участников из России и ближнего зарубежья – «MEDIAОбразование» (ноябрь), «СМИ – Общество – Образование» (апрель);

– проведение ежемесячных социологических опросов и постоянный мониторинг СМИ на тему медиабезопасности, публикация результатов в популярных научных журналах России и зарубежья. На основе данных исследований базируются методические разработки центра по теме медиаобразования и медиабезопасности для различных категорий населения;

В учебно-методическую деятельность входит:

– разработка образовательных программ для различных категорий населения и возрастов, например, в прошлом году были разработаны буклеты по медиаграмотности для людей пенсионного возраста, видеоролики для учащихся младших классов и т. д.;

– проведение занятий по теме медиаобразования для школьников и студентов («Школа медиаграмотности» – ежемесячно);

– помощь школам и вузам Челябинска в проведении занятий по медиабезопасности (центр периодически организует выезд специалистов в образовательные учреждения), а также обеспечение педагогов различных учебных заведений методическими материалами по тематике медиабезопасности.

Также можно отметить организационную деятельность:

– организация конкурсов и мероприятий для школьников и студентов, которые собирают свыше 1000 участников из России и ближнего зарубежья (например, Международный конкурс детских и молодежных СМИ «ЮнГа+», который организуют сотрудники факультета при содействии центра медиаобразования);

– проведение мероприятий в рамках ежегодной Международной недели медийно-информационной грамотности, учрежденной ЮНЕСКО для различных категорий населения: от младших школьников до взрослого населения и людей пенсионного возраста;

– организация конкурсов и мероприятий для медиапедагогов (например, международный Форум (ранее конкурс) образовательных программ «ImPRO», где педагоги со всей страны и ближнего зарубежья презентуют свои медиаобразовательные программы);

– проведение различных форумов по проблемам медиаобразования, при этом одни мероприятия ориентированы на широкую аудиторию, другие – направлены на педагогов из Челябинска, чтобы иметь возможность максимально подробно разобраться в существующих вопросах, решить необходимые проблемы;

– популяризация темы медиаобразования в различных средствах массовой информации и в социальных медиа, которые могут носить как ориентацию на широкую аудиторию, так и узкие сегменты на основании возрастных и социальных характеристик;

– ведение собственной группы по тематике медиаобразования в социальной сети ВКонтакте (<https://vk.com/mediacsu>), где на данный момент около 800 подписчиков, аудитория растет.

**Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 16-18-02032).*

Список литературы

1. Льянова, Л. М. Роль медиаобразования в формировании компетентного специалиста в учебно-воспитательном процессе вуза [Текст] / Л. М. Льянова // Управление качеством образовательного процесса в высшей школе в условиях реформирования. Материалы Международной научной конференции. – 2017. – С. 220–227.

2. Савельева, Т. В. Медиаграмотность пенсионеров XXI века (из опыта реализации госконтракта) [Текст] / Т. В. Савельева // Знак: проблемное поле медиаобразования. – Челябинск, 2017. – С. 209–213.

3. Чельшева, И. В. Игровые технологии в медиаобразовании дошкольников [Текст] / И. В. Чельшева // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – № 2. – 2014. – С. 254–262.

*A. A. Morozova
Chelyabinsk (Russia)*

WAYS OF PROMOTION OF MEDIA EDUCATION AMONG DIFFERENT CATEGORIES OF INHABITANTS (BY THE EXAMPLE OF ACADEMIC SCIENTIFIC CENTER OF MEDIA EDUCATION)

The article considers ways of promotion of media safety among a wide range of mass media audience. The basic directions of work in Academic scientific center of media education of the school of Journalism are studied as the research material: the tasks of the school center are defined as well as the ways of realization of scientific, academic and organizational activities are described in details. The author draws the conclusion of the necessity to reach different categories of population and further to adapt media educational programs for each segment of audience.