

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики

**IV Международная научная конференция
«MEDIAОбразование»: векторы интеграции
в цифровое пространство»**

26–27 ноября 2019 года

Челябинск
2019

УДК 37(082)

ББК Ч40я43

М422

Редакционная коллегия: В. В. Антропова, А. В. Грошева, В. А. Горновая, А. А. Журавлева, М. В. Загидуллина, Д. Э. Коноплев, К. В. Киуру, А. А. Морозова, Е. Ю. Панова, С. А. Панюкова, С. И. Симакова, В. В. Федоров

Составитель: А. А. Морозова

Корректор: А. Д. Соловьева

Верстка: А. Р. Медведева

М422 MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство : материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26–27 ноября 2019 года) / составитель А. А. Морозова : Челябинский государственный университет. – Челябинск : Изд-во Челябинского государственного университета, 2019. – 525 с.

ISBN 978-5-7271-1591-6

УДК 37.01(082)

ББК Ч40я43

В сборнике публикуются материалы докладов, представленных участниками IV Международной научной конференции «MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство». Материалы сборника будут полезны представителям массмедийного и педагогического сообщества; всем тем, кто интересуется вопросами медиаграмотности и медиаобразования.

Издается в авторской редакции.

ISBN 978-5-7271-1591-6

© Авторы докладов, 2019

© Челябинский государственный университет, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Медиаобразование в цифровом пространстве	11
Балахонская Л. В., Береснева Ю. В. Мифотворчество в социальных медиа как стратегия формирования имиджа политика в период президентских выборов	11
Бочкова Т. В., Беспалова Е. А. Возможности использования социальных сетей для проведения медиаисследований в вузе	15
Выровцева Е. В. Критическое мышление & критический нигилизм как медиаобразовательная проблема	19
Демчук М. А. Технологии репрезентации элементов музыкальной эстетики как медиаобразовательный компонент.....	24
Дорошук Е. С. Медиаобразовательный потенциал транслокальных культурных сообществ виртуальной среды.....	28
Ефимов Е. Г., Морозова А. А. Особенности формирования имиджевых рисков образовательного учреждения в социальных сетях	33
Коноплев Д. Э. Интернет вещей как новый канал коммуникации: перспективы и риски.....	38
Павлюк А. М. Социальные сети как инструмент новой публичной дипломатии	43
Панюкова С. А. Ролевые модели ведущих научно-популярных шоу (на примере YouTube-каналов)	47
Перминова М. С. Информационное пространство социальных сетей как способ распространения экстремистской идеологии среди молодежи	52
Пром Н. А. Медиафакт: знание, требующее верификации	56
Сумская А. С., Лозовская А. И. Трансмедийные журналистские storytelling: методика создания	60
Шестерина А. М. Потенциал видеоблогинга в аспекте медиаобразования	65
Шумакова Е. А. SMM как новый способ медиаобразования	69
Юздова Л. П. Пресс-конференция президента России как новый формат официально-делового стиля	73

Глава 2. Новые ракурсы традиционных медиа: возможности интеграции в цифровую среду	77
Бакеева Д. А. Социальные сети в работе регионального журналиста (на примере мессенджеров и интернет-СМИ Республики Мордовия)	77
Грошева А. В. Образ власти в спецпроектах российских медиа: концептологический анализ	81
Дементьева К. В. Имидж России в зарубежных СМИ (по материалам рубрики «Чемпионат мира 2018» интернет-портала «ИноСМИ.ру»)	85
Дмитрук Т. И. Новостной заголовок в интернет-СМИ как фактор становления читательской компетентности	88
Евдокимова Е. В. Специализированные издания как элемент профессионального медиаобразования в 20-е годы XX века (на примере пособия для журналистов «Газетчик»)	91
Иванов А. Д. Влияние роботизации на журналистику: результаты исследования	95
Красавина А. В. Трансформационные и деформационные процессы в современной журналистике	99
Литовская А. С. Проблема формирования подтекста с точки зрения медиаобразования	103
Морозова А. А., Мурзина О. В. Искусственный интеллект в работе регионального информационного сайта	109
Наумова О. Г., Кругляк Е. Е., Елистратова О. В. Влияние медиа на пространство цифрового города	113
Орлова М. В. Медиаграмотность: специфика формирования посредством экологических СМИ	118
Павлова А. Н. Образовательная навигация в современном медиапространстве: принципы формирования региональной повестки в федеральных СМИ	122
Парахневич Е. В. Медиаобразовательная роль русскоязычных печатных СМИ в процессе адаптации эмигрантов	126
Пинчук О. В. Мультипликационный контент современных детских телеканалов в контексте медиаобразования	130
Питина С. А., Таскаева А. В. Особенности локальной героизации в СМИ	134

Пустовалов А. В. Березники ВКонтакте: актуальна ли урбанистика для «второй России»?	140
Романцова Т. Д. «Литературный Иркутск» как уникальный просветительский медиапроект конца XX века	145
Селютин Ал. А. Отечественная гейм–журналистика в эпоху советской прессы (1975–1990 годы)	149
Сидорова П. И., Пустовалов А. В. «Пермь Активная»: оффлайн и онлайн в строительстве городского пространства	154
Симакова С. И. Визуальная грамотность – новый навык медиаграмотности	158
Топчий И. В. Медиаобразовательный потенциал геймификации новостей	162
Третьякова Е. А., Антропова В. В. Контент новостного интернет-медиа «Лентач»: «информатика» vs. «фатика»	166
Шакиров С. М. Портал Gorky.Media: о трансформации литературно-критического дискурса	172
Юмашева Н. В. Специфические формы организации образовательной деятельности в ювенильных средствах массовой информации	176
Ястремская Ю. А., Шуплецова Ю. А. Средства выражения «эффекта присутствия» в материалах о чрезвычайных происшествиях	180

Глава 3. Медиаобразовательная деятельность в дошкольном, школьном, среднем специальном и дополнительном образовании	185
Зидыганова Е. А. Медиапространство современного колледжа	185
Иерусалимова М. М. Мобильная фотография: средство визуализации в молодежных СМИ	188
Искровская Л. В., Малюгина В. Е. Веб-технологии в обучении истории как средство формирования медиаграмотности школьников	192
Ковалева Л. А. Медиаобразовательная деятельность в среднем профессиональном образовании	197

Козлова О. А. Детское и молодежное региональное телевидение: особенности и тенденции развития (на примере Волгоградской области)	201
Костина О. В. Медиаобразование как средство профессионального роста учителя	205
Латышев О. Ю., Игнатова М. В., Захарова Е. С. Медиаобразование детей с расстройствами аутистического спектра	209
Латышев О. Ю., Ильин В. Н., Макарова Л. Н. Медиаобразование детей, оставшихся без попечения родителей	212
Латышев О. Ю., Ковалев Э. В., Терзиев В. К. Медиаобразование детей с ограниченными возможностями здоровья	216
Лебедева С. В. Работа школьников над лонгридами: медиаобразовательный эффект	220
Михалева Г. В. Медиаобразование детско-юношеской аудитории в вопросах межкультурной толерантности в англоязычных странах	224
Молокова А. В. Особенности создания и развития детско-взрослых сообществ в условиях школьного медиаобразования	229
Нелюбина Ю. А. Современное медиаобразование в Китае: обзор платформ для онлайн-обучения	234
Олешко Е. В. Образовательные стартапы и сервисы удаленного образования «lifetime learning» в работе медиаспециалиста ..	239
Троянская С. Л. Формирование медиакомпетентности школьников во внеучебной деятельности	243
Фенчин С. В. Способы мотивации школьников 9–11 классов, принимающих участие в работе телевизионных студий учреждений дополнительного образования	248
Шевченко Н. П. Медиаобразовательная деятельность в работе современного учителя	252
Шеронова А. В. Форум «МедиаШкола» как модель стимулирования развития медиаобразования	255
Глава 4. Медиаметодики в системе высшего образования ..	259
Абрамова В. С. Обучение английскому языку студентов лингвистических специальностей с использованием новостных образовательных сайтов (на примере сайта www.breakingnewsenglish.com)	259

Автаева Н. О. Специфика образовательного курса для бакалавров-журналистов «Семейная тематика в СМИ»	264
Арпентьева М. Р. Сетевое образование: проблемы и перспективы	268
Базикян С. А. Студенческая газета как эффективный учебный проект	272
Гейко Н. Р. Общественно-политический перевод: формирование медиакомпетенций будущих переводчиков	276
Гнедаш Д. С. Электронные массмедиа и социальная идентификация студентов	280
Гольдман И. Л. Формирование искусствоведческо-культурологических компетенций профессионального коммуникатора: интеграция теории и практики в медиаобразовательной деятельности	284
Гринько Е. Н. Развитие медиакомпетентности студентов направления «Международные отношения» на занятиях по английскому языку	288
Ежова Е. Н. Студенческий фестиваль социальной рекламы как ресурс медиаобразования российской молодежи	292
Ефанов А. А. Синкретизм журналистики и PR в современном медиaprостранстве: индустриальные и образовательные трансформации	297
Журавлева А. А. Из опыта преподавания курса «Медиакритика» для магистрантов факультета журналистики: практикоориентированный подход	301
Загидуллина М. В. Эстетические паттерны гиперлокальных медиа: подражание и креатив в медиаобразовательных проектах будущих журналистов	305
Зверева Е. А., Видная О. Е. Эффективность работы многоуровневой системы медиаобразования: опыт вуза	309
Киршин Б. Н. Медиаобразование на пороге информационного общества	313
Киуру К. В. Эдьютеймент в социальных сетях и его использование в образовательном процессе вуза	319
Клочко К. А. Развитие «навыков XXI века» на занятиях по иностранному языку через использование медиаресурсов	324

Красавцева Н. А. Использование английских газет при развитии навыков диалогизации речи студентов	328
Мершиева А. Д. Социальная сеть «ВКонтакте» как площадка для медиаобразования студентов направления подготовки «Журналистика»	332
Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Студенческие проекты как свидетельство цифрового поколенческого разрыва	336
Савельева Т. В. Комплексный анализ медиатекстов как основа формирования медиаграмотности студентов-филологов	342
Семилет Т. А., Витвинчук В. В. Комплементарная функция цифровых образовательных платформ в журналистском образовании	345
Сумина В. И. «Медиаполигон» как способ обучения студентов-журналистов созданию современного видеоконтента	351
Сумская А. С., Сумской П. Ф., Иванова Ю. С. Учебные продюсерские телепроекты: опыт подготовки для нужд регионального телевидения. Реализация в вузовском образовании	355
Удлер И. М. Преподавание курса «Эссеизация» на факультете журналистики ЧелГУ	360
Фещенко Л. Г. «Редактирование в рекламной и PR-деятельности» как учебная дисциплина: традиционное и уникальное	363
Фирстова М. Ю. Профессионально ориентированная межкультурная иноязычная коммуникативная компетенция в подготовке специалиста по рекламе и связям с общественностью	369
Фотиева И. В. Медиаобразование в контексте базовых целей современного вузовского образования	373
Ханова А. Г. Специфика формирования медиакомпетенций у студентов-журналистов и студентов-филологов	378
Хворова В. А. Молодёжный сетевой журнал и «цифровое» поколение: параллельные или пересекающиеся прямые?	382
Челнокова Т. А., Паранина Н. А., Климко Н. В. Особенности профессиональной подготовки будущих педагогов в мультимедийном пространстве современного общества. Культурно-исторический подход.....	386
Чельшева И. В. Подходы к развитию межэтнической толерантности студентов вуза в отечественном медиаобразовании	391

Чутчева А. В. Опыт преподавания медиакоммуникационных дисциплин: компетентностный подход396

Глава 5. Медиаобразовательный аспект в науке и практике смежных специальностей401

Асмус Н. Г. Структурные особенности и прагматический потенциал заголовков блогов401

Баландина И. Д. Топонимы в медиадискурсе (на примере английского языка)405

Бейненсон В. А. Развитие медиакритики на платформе YouTube409

Белихина Е. Н. Использование социальных сетей в процессе обучения русскому языку как иностранному413

Борейко А. Д. Медиаобразование как проблема медиапсихологии416

Булатова Э. В. Когнитивно-дискурсивные практики адресанта политических PR-текстов Ad Quaestum420

Глазкова Е. А. Анализ медиаобраза объекта как профессиональный навык специалиста по связям с общественностью425

Глухов А. П. Культура виртуальной самопрезентации как элемент социализации цифрового поколения430

Гордеева Е. Ю. Вопросы взаимовлияния художественной литературы и журналистики в вузовской подготовке журналистов: из опыта преподавания434

Горячева О. Н., Горячева С. А. Влияние медиа на отношение населения к ГМО438

Зубанова Л. Б. Культура в информационном формате: ключевой тематизм актуальных медиапроектов443

Изотов В. П. Ретроспективный анализ медиатехнологий в художественных текстах447

Качалова С. М. Пути совершенствования коммуникативного пространства компании.....451

Коданина А. Л., Шинкарук А. Д. Социальное проектирование как форма реализации управленческого опыта: медийный аспект457

Макарова А. С. Религиозный дискурс: вопросы метаязыкового описания461

Москвина Е. А. Соотношение понятий «типаж» и «образ» на примере художественных произведений и кинодискурса	465
Олизко Н. С., Нешкова Е. Г. Интертекстуальные включения во французском мультипликационном дискурсе	471
Панова Е. Ю. Медиариторика в процессе формирования медиаграмотности	474
Рубан Д. А. Медиаграмотность как условие развития инновационных видов туризма	478
Ряпина Н. Е. Влияние современной медиасреды на процесс обучения английскому языку	482
Свирикович О. В. Средства создания позитивного образа университета в рекламном тексте: лингвокультурный аспект	487
Селеменова О. А. Коммуникативно-прагматический анализ креолизованных рекламных текстов	491
Селютин А. А. Образовательные возможности медианасыщенной коммуникативной среды	495
Симашко Т. В., Масленникова Л. Н. Средства воздействия и манипуляции в аспекте медиаобразования	499
Синецкий С. Б. Культура в логике программно-цифровой интерпретации: к пониманию генетических сходств и условий функционирования	503
Сиривля М. А. Лексико-семантические средства выражения авторской экспрессии (на материале выступлений К. А. Собчак)	504
Суровцева С. И. Анализ использования темпоральных релятивных единиц как показатель медиаграмотности	510
Шиганова Г. А. Лексико-грамматические средства связи в текстах современной русской публицистики	513
Шуб М. Л. Память о прошлом в контексте медиапрезентации	517
Юхмина Е. А. Англоязычные продающие Инстаграм-посты как новые медиа-средства	520

E. V. Oleshko
Ural federal University
Yekaterinburg (Russia)

**EDUCATIONAL STARTUPS AND SERVICES
REMOTE EDUCATION «LIFETIME LEARNING»
IN THE WORK OF MEDIASPECIALIZED**

The author considers the services of remote education as a factor contributing not only to system training, but also to the effective daily activities of the modern media specialist. The article highlighted the problems of improving the thus, the professional orientation, the conclusion about the reasons hindering the implementation of the declared by the government of Russia strategy of development including the form of education in 2016-2025.

Key words: remote education, startup, gamification, information culture.

Олешко Евгений Владимирович, доктор филологических наук, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», УГИ, департамент «Факультет Журналистики», кафедра периодической печати и сетевых изданий, доцент. pps2424@mail.ru

С. Л. Троянская
Удмуртский государственный университет
Ижевск (Россия)

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ
ШКОЛЬНИКОВ ВО ВНЕУЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Рассмотрена педагогическая программа формирования медиакомпетентности школьников во внеучебной деятельности, направленная на изучение основ медийной культуры, освоение умений в области медийной критики: развитие критического

мышления, оценка и анализ медиатекстов, их интерпретацию; организацию участия в сфере медийного творчества. Результаты, полученные сравнением до и после реализации программы уровней интерпретационного/оценочного, перцептивного, практико – операционного (деятельностного) и креативного показателей медиакомпетентности, свидетельствуют о положительной динамике этих показателей.

Ключевые слова: медиакомпетентность, показатели медиакомпетентности, педагогическая программа.

Тема данного педагогического исследования актуальна в современных условиях развития, обучения и воспитания школьников, так как в контексте глобального информационного пространства существует необходимость формирования у молодого поколения медиакомпетентности. Медиакомпетентность на сегодняшний день как одна из образовательных компетенций занимает важное место в ряду ключевых компетенций, и уровень ее сформированности определяет успешность личности и ее реализацию в современном мире и социуме. Проблемы медиакомпетентности изучали такие ученые, как И. А. Фатеева, А. В. Федоров, И. В. Жилавская и другие [1]. Однако, по данным многочисленных исследований, российские учащиеся часто не показывают должных умений работать с объемной и противоречивой информацией, критически оценивать ее, нецелесообразно используют медиа и не готовы к интеграции в мировое информационное пространство. Поэтому возникает проблема разработки и реализации педагогически направленных программ формирования медиакомпетентности у школьников.

Мы согласны с мнением А. В. Федорова, который определяет структуру медиакомпетентности, включающую в себя такие ее показатели: мотивационный, контактный, креативный, информационный, перцептивный, оценочный и практический компоненты. Под медиакомпетентностью мы понимаем способность и готовность студентов и школьников использовать, оценивать и критически анализировать, а также передавать

медiateксты в различных видах, применять их в процессе образования [2].

Мы разработали педагогическую программу, направленную на формирование медиакомпетентности школьников. Цель программы: формирование медиакомпетентности школьников во внеурочной деятельности. В задачи педагогической программы входило изучение основ медийной культуры; освоение умений в области медийной критики: развитие критического мышления, «декодирование» медiateкстов, оценка и анализ медiateкстов, их интерпретация; организация участия в сфере медийного творчества (самостоятельное создание медиапродуктов). Программа включала в себя 5 занятий по 30 минут, направленных на освоение знаний об основах медийной культуры; 5 занятий по 30 минут посвящены развитию умений в области медийной критики; 3 занятия по 30 минут были посвящены самостоятельному созданию медиапродуктов.

Эмпирическая база исследования: ученики 6-ого класса Ижевской школы «Гармония» в количестве 21 человека (возраст 12–14 лет). Проведено анкетирование по модифицированным блокам вопросов методики А. В. Федорова по показателям медиакомпетентности, а также анализ творческих заданий учащимися.

Сравнение результатов по выявленным уровням интерпретационного/оценочного, перцептивного, практико-операционного (деятельностного) и креативного показателей медиакомпетентности приведены на рисунке 1.

Результаты, полученные сравнением до и после реализации программы уровней интерпретационного/оценочного, перцептивного, практико – операционного (деятельностного) и креативного показателей медиакомпетентности, свидетельствуют о динамике этих показателей: вырос высокий уровень и сократился средний. Более того, произошли качественные изменения после реализации педагогической программы. Так, в последних письменных творческих работах школьников нами отмечался иной характер восприятия медiateкста, нежели на констатирующем этапе эксперимента: дети стали глубже анализировать текст, авторскую позицию, обращали внимание на поведение и переживания

героев. При этом ими выражался свой индивидуальный взгляд на проблему, поднимаемую автором: они не боялись выразить свою позицию и могли аргументировать ее. Дети писали рецензии на художественные тексты, сочиняли сказки, создавали собственные медиапродукты.

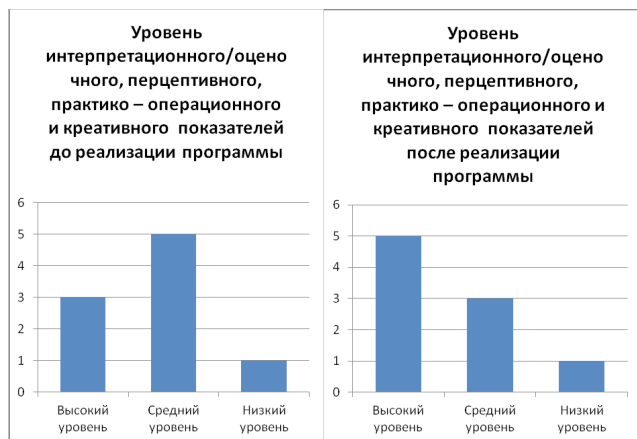


Рисунок 1. Уровни интерпретационного/оценочного, перцептивного, практико – операционного (деятельностного) и креативного показателей медиакомпетентности.

Таким образом, гипотеза об успешности формирования медиакомпетентности при реализации педагогической программы, направленной на расширение базы медиазнаний обучающихся, овладение навыками работы в информационной среде, развитие их критического мышления и способностей к созданию творческих медиапродуктов подтвердилась.

Нами были составлены практические рекомендации для педагогов по развитию медиакомпетентности школьников во внеучебной деятельности:

- 1) организация циклов занятий по формированию умений анализа и интерпретации медиатекстов в процессе коллективного обсуждения, при этом повышается уровень перцептивного и интерпретационно-оценочного показателя медиакомпетентности;
- 2) творческая деятельность школьников вне уроков с учетом возрастных интересов способствует формированию

медиакомпетентности, если является мотивированным процессом со стороны не только педагога, но и ученика;

3) использование на занятиях современных технических средств, различных изобразительных и звуковых способов донесения информации;

4) применение современных методов обучения: тренинговых, игровых, информационно-коммуникационных технологий.

Список литературы

1. Актуальные вопросы теории и практики медиаобразования в педагогической сфере: Сб. трудов [Текст] / Под ред. И. В. Жилавской, И. А. Фатеевой. – М.: МПГУ, 2017. – 464 с.

2. Федоров, А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза [Текст] / А. В. Федоров. – М., 2007. – 616 с.

S. L. Troyanskaya
Udmurt State University
Izhevsk (Russia)

FORMATION OF MEDIA COMPETENCE OF SCHOOLCHILDREN IN EXTRACURRICULAR ACTIVITIES

The pedagogical program of formation of media competence of schoolchildren in extracurricular activities aimed at studying the basics of media culture, the development of skills in the field of media criticism: the development of critical thinking, evaluation and analysis of media texts, their interpretation; organization of participation in the field of media creativity. The results obtained by comparing the levels of interpretative/evaluative, perceptive, practical – operational (activity) and creative indicators of media competence before and after the implementation of the program testify to the positive dynamics of these indicators.

Keywords: media competence, indicators of media competence, pedagogical program.

Троянская Светлана Леонидовна, кандидат педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», Институт педагогики, психологии и социальных технологий, кафедра педагогики и педагогической психологии, доцент. svetatroya@mail.ru

С. В. Фенчин

*Дом Детского творчества им. В. Дубинина
Новосибирск (Россия)*

СПОСОБЫ МОТИВАЦИИ ШКОЛЬНИКОВ 9-11 КЛАССОВ, ПРИНИМАЮЩИХ УЧАСТИЕ В РАБОТЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ СТУДИЙ УЧРЕЖДЕНИЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассматриваются способы мотивации старшеклассников к работе в телевизионной студии, поднимается проблема мотивации детей к занятиям журналистикой, описываются способы привлечения внимания к предмету включением активных методов обучения в план занятий созданием контента для соцмедиа.

Ключевые слова: мотивация старшеклассников, блоги, социальные сети, телевизионные студии.

Активное развитие современной системы образования приводит к созданию большого количества дополнительных программ, формирующих социальные компетенции и способствующих профориентации школьников. Одним из таких дополнительных направлений в современных образовательных учреждениях является журналистика и, в частности, телевизионное вещание.

К 2020 году детское телевидение в России должно выйти на новый уровень и распространиться на все организации, но уже сегодня учреждения сталкиваются с различными проблемами. Среди них и отсутствие оборудования, необходимого для съемки и монтажа, и нехватка профессиональных кадров, которые могли бы