

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Учебно-научный центр медиаобразования
Факультета журналистики

**V Международная научная конференция
«MEDIAОбразование:
медиа как тотальная повседневность»**

24–25 ноября 2020 года

**V International scientific conference
“MEDIAEducation: media as a total daily life”**

24–25 November 2020

ЧАСТЬ 1

Челябинск
2020

«MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность»: материалы V Международной научной конференции (Челябинск, 24–25 ноября 2020 года) : Часть 1 / под ред. А. А. Морозовой : Челябинский государственный университет. – Челябинск : Изд-во Челябинского государственного университета, 2020. – 464 с.

ISBN 978-5-7271-1695-1

ISBN 978-5-7271-1696-8 (1)

В сборнике публикуются материалы докладов, представленных участниками V Международной научной конференции «MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность». Материалы сборника будут полезны представителям массмедийного и педагогического сообщества; всем тем, кто интересуется вопросами медиаграмотности и медиаобразования.

Издается в авторской редакции.

Печатается при поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» (2020).

Редколлегия сборника может не разделять точку зрения авторов публикаций. Ответственность за содержание материалов и качество перевода аннотаций несут авторы публикаций.

ISBN 978-5-7271-1695-1

ISBN 978-5-7271-1696-8 (1)

© Авторы докладов, 2020

© Челябинский государственный университет, 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Агабаева С. М-Ш., Ханова А. Г. Организация рабочих процессов в конвергентной редакции в условиях пандемии Covid-19 (на примере объединенной дирекции информационных программ «Вести»)	11
Адамия З. К. Вебинар как медиатеchnология: помощь филологам, преподавателям и студентам в условиях пандемии (Covid-19)	15
Асмус Н. Г. Интернет-комментарий как эффективный способ борьбы с коронавирусом Covid-19	20
Балясникова Е. В., Скопич Д. Л. Проблемы организации образовательного процесса в удаленном формате	26
Бессонова Е. Ю. Адаптированный контент японских медиа в условиях пандемии Covid-19	31
Будник Е. А. Хэштег #Оставайтесьдома как инструмент политической коммуникации	35
Веснин Е. Ю. Организация работы молодёжного интернет-СМИ в условиях пандемии Covid-19 (на примере ИА «Охтинский пресс-центр»)	39
Гарифуллин В. З. Манипулятивное поведение медиаресурсов в условиях пандемии	43
Двинина С. Ю. Теоретические предпосылки изучения цифрового имиджа вуза в лингвопрагматическом аспекте	48
Жилавская И. В. Covid-19: коммуникационная перезагрузка	54
Ильиных Д. Г. Влияние пандемии Covid-19 на медиapoвeдeниe аудитории региональных онлайн-СМИ (на примере сайта городской газеты «Курган и курганцы»)	59
Княшко Л. А., Княшко Л. В. Конвергентный формат редакций школьных газет как способ выжить в пандемию	63
Мамонова Н. В. Глобальные компетенции и глобальное языковое сознание в условиях пандемии Covid-19	69
Мещеряков А. А. Исследование эмоционального состояния обучающихся в период пандемии (на материале домашних рецензий студентов по пьесе «Белая болезнь»)	73
Москвитина Т. Н., Баландина И. Д., Юздова Л. П. Лингвистические средства нагнетания ситуации в современных британских СМИ	77
Мясникова М. А. Театральный спектакль на экране: медиаобразовательный опыт пандемии	81

Парахневич Е. В. «Журналистика решений» как метод борьбы с общественными проблемами, вызванными коронавирусной инфекцией ...	84
Пеплова А. П. Влияние пандемии на интернет-маркетинг	88
Петрова А. П. Технологии виртуальной реальности в парадигме дистанционного обучения: к осмыслению нового этапа развития экранной культуры	92
Присяжнюк А. А., Журавлева А. А. Онлайн-мастер-класс журналиста-практика в период пандемии коронавируса как одна из эффективных интерактивных форм медиаобразования в вузе	95
Румянцева А. В., Малькова Л. Ю. YouTube как актуальная площадка для популяризации классических форм музыкального театра в российском медиапространстве	100
Савельева Е. В. Учет дебиторской и кредиторской задолженностей транспортного предприятия в условиях цифровых коммуникаций ...	105
Салимгараева И. А. Медиаобразование в условиях цифровой трансформации	109
Самуйлова И. А., Бакулева К. К. Медиакомпетентность как регулятор поведения жителей страны в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (Covid-19)	115
Стародубова О. Ю. Прагматические и лингвистические механизмы моделирования новой реальности в медийном дискурсе	119
Стебловская С. Б. Влияние пандемии на изменение повседневности: репрезентация в мемах	124
Троянова Е. Н. Применение медиатехнологий как фактор повышения эффективности деятельности в условиях пандемии Covid-19	128
Фарахшина О. М., Зинченко В. С. Опыт привлечения молодой аудитории на онлайн-мероприятие в условиях Covid-19	132
Филиппова Е. В. Проблемы и перспективы использования онлайн-ресурсов для дистанционного обучения в период пандемии Covid-19	137
Хворова В. А. Covid-19: влияние пандемии на поколения «Y» и «Z» с помощью массмедиа	141
Чернова А. А. Онлайн-режим: СПО в условиях глобальной пандемии	145
Яшина А. Р. Медиапотребление в период пандемии: рекламный мир и новые черты аудитории	151
Łosiewicz M., Czechowska-Derkacz B. Media-related problems during the Covid-19 pandemic. Infodemic and denialism	157

Lukanina M. V., Kim E. V. Social media during Covid-19: Digital diplomacy of the USA, Russia and the UK Foreign Affairs Departments ...160

ГЛАВА 2. ДИСТАНЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Абрамова В. С. Перспективы использования Zoom Breakout Rooms как элемента медиаобразования в дистанционном обучении иностранному языку студентов вуза	165
Авдонина Н. С. Принципы организации современного журналистского образования	170
Баклагина Д. И. Медиа технологии в образовательном процессе в период пандемии: проблемы и пути решения (на примере молодежного форума «Утро-2020»)	174
Берсенева А. Д. Пеша А. В. Применение чат-бота в период адаптации новых сотрудников	179
Бобыкина И. А., Колеева Э. Р., Прихода И. В. Использование современных дистанционных образовательных технологий в иноязычном образовании обучающихся вуза (на примере Eduscrum)	183
Бондарчук А. В. Образовательные возможности проекта «Русская литература» С. Г. Струсовского	188
Глазкова С. А. Дистанционные технологии в профессиональной подготовке рекламистов	194
Добош Е. Г. Дистанционные технологии как инструмент современного медиаобразования	198
Качалова С. М. Развитие медиакультуры студентов средствами электронных образовательных технологий	204
Коблякова Ю. М. Цифровизация и эпоха Covid-19: медиаинструменты для медиаобразования	208
Копылова Ю. П., Логинова А. К. Дистанционное обучение студентов-журналистов в условиях пандемии Covid-19	213
Марфицына А. Р. Специфика дистанционного формата летней практики студентов в условиях пандемии	218
Месяц В. А. Специфика тренинга как формы обучения студентов при использовании ДОТ	225
Олешко Е. В. Медиаграмотность нового образования – разница подходов	229
Пигичка Ю. Л. Иммерсивные медиаформаты в современном эдьютейнменте	233

Савельева Т. В. Реалии дистанционного образования в анекдотах, мемах и других текстах постфольклора	238
Сурган М. А. Особенности использования учебного лонгрида в обучении студентов-журналистов	243
Тимофеева Е. Д. Обучение через профессиональное издание (на примере рубрики «Курсы заочного обучения» в журнале «Журналист»)	247
Третьякова Е. А. Информационно-образовательный проект «PROнас: школьный медиахолдинг»: систематизация медиаобразовательных компетенций	251
Троянская С. Л. Медиаобразование как ресурс непрерывного образования	256
Федосеева Н. В., Кузина И. В., Мироньчева В. Ф. Возможности дистанционных технологий как медиасреды современного школьного образования	261
Черепанова Л. Л. Командный подход VS «zoom-интровертность»: к вопросу об эффективности дистанционного обучения	266
Чутчева А. В. Технология «историческое проектирование» в условиях дистанционного медиаобразования	270
Шашкова Н. В. Сетевые форматы коммуникаций в контексте преподавания учебных дисциплин в вузе (принцип фрагментарности) ...	275
Шеронова А. В. Эффективная организация домашнего задания и внеклассной работы с использованием социальных сетей	279
Шестерина А. М. Информационные барьеры в контексте дистанционных образовательных практик	283
Юмашева Н. В. Формирование профессиональных компетенций будущих журналистов посредством использования ювильной редакцией дистанционных образовательных технологий (из опыта детско-юношеской газеты «САМИ»)	287
Alibekova N. M. Internet as a mass media in the period of distance learning	292

ГЛАВА 3. АЛГОРИТМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В МАССМЕДИА

Бейненсон В. А. Использование технологий искусственного интеллекта при создании развлекательного контента СМИ	296
Глазкова С. Н. Количественно-именная модель заголовка в «Яндекс.Дзене»	301

Градюшко А. А. Чат-бот в Telegram как новый источник информации для журналистов	305
Журавлева А. А. Аудиовизуальная журналистика и технологии искусственного интеллекта: телерадиожурналисты VS дикторы на базе нейросетей	310
Зверева Е. А. Этические проблемы использования алгоритмов искусственного интеллекта в журналистике	316
Коноплев Д. Э. Artificial Intelligence и алгоритмы интеллектуального анализа данных: основные подходы в современных медиа	321
Логина Ю. В. Обзор алгоритмов искусственного интеллекта социальных сетей	324
Морозова А. А. Алгоритмы искусственного интеллекта как инструмент решения специальных задач в условиях пандемии Covid-19: мнение аудитории	329
Неренц Д. В. Способы применения искусственного интеллекта в журналистской деятельности	334
Черный Ю. Ю. Будущее медиа по-китайски: опыт компании ByteDance	342
Yakunin A. V. AI technologies as a factor of internet media design ...	346

ГЛАВА 4. ЦИФРОВОЙ РАЗРЫВ: ПРАКТИКИ МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В АСПЕКТЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО И КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДОВ

Бакеева Д. А. Актуальные тенденции в цифровой журналистике: функциональный аспект	349
Глухов А. П., Стаховская Ю. М. Межпоколенческий цифровой разрыв: профили социально-сетевой цифровой грамотности, реверсивное наставничество и практики платформенной отстройки	354
Дементьева К. В. Креолизованный медиатекст в новостных публиках социальной сети ВКонтакте	359
Канашевич Н. М. Медийные ресурсы населения Беларуси: поколенческий аспект	362
Капустин М. Ю. Образовательный марафон как технология, способствующая повышению эффективности образовательной коммуникации	366
Цветкин П. Д. Русскоязычный TikTok: пространство, несвободное от политики	370

Лерман Е. Б., Соловьева О. Б. Поколенческий разрыв в цифровой и финансовой культуре.....	374
Олешко В. Ф. Социально одобряемое медиапотребление: к постановке проблемы.....	378
Свердлов С. А. Медиатизация личности с позиции межпоколенческих различий и передачи памяти поколений	383
Селютин А. А. Коммуникативная компетенция филолога как основа для профессионального самоопределения	388
Соломенна В. Г., Сумская А. С. Восприятие мультимедийных проектов общественно-политической и развлекательной тематики «цифровым» медиапоколением	393
Simons G. Reflections on teaching media literacy to the millennial generation	397

ГЛАВА 5. «КУЛЬТ ЛИЧНОСТИ»: ПУБЛИЧНОСТЬ ЧАСТНОГО ПРОСТРАНСТВА И ВОПРОСЫ ОНЛАЙН-ПЕРСОНИФИКАЦИИ

Автаева Н. О. Контент-стратегии медиа социальной направленности в условиях цифровой среды	401
Байбатырова Н. М. Политическая публичность и право на частную жизнь: медиасфера в период предвыборных избирательных кампаний	406
Ворошилова А. И., Дорина А. А. Социальные последствия публичности в сети Интернет	410
Иванова Л. В. Технология персонификации в научно-популярной деятельности сетевых массмедиа	415
Ивашко К. С., Пигуз В. Н., Изосимова С. А. Медиаинструменты в процессе обучения	419
Князева М. Л. Массовые коммуникации и деприватизация личного пространства: исповедальная журналистика	423
Питько О. А. Личный бренд первого лица компании как инструмент продвижения	429
Пустовалов А. В., Обли П. Героизация первых лиц как приём продвижения вуза (на примере статей о ректорах Пермского университета во франкоязычном секторе Википедии)	434
Сыченков В. В. «Управленческая риторика» Хабиба и Макрона как образовательный кейс в медиа-дискурсах «оскорбления чувств верующих» и «свободы слова»	438

Шакиев В. А., Ахметьянова Н. А. Роль сетевых изданий в формировании политического бренда Главы Башкирии	445
Юхина Е. А., Зеленевская А. В. Англоязычные вербальные средства формирования общественного мнения инстаграм-инфлюенсерами в политическом дискурсе	450
Юхина Е. А., Обвинцева Н. В. Модели фраз-подписей как средство онлайн персонификации в англоязычном инстаграм-дискурсе	456
Varlagina M. V., Shuvalova A. A. Privacy paradox: how our ideas of privacy diverge from reality	460

approach. As a successful example, the work of the information and educational project “Pronas: school media holding” in Chelyabinsk, aimed at creating a successful safe children’s media environment created by students themselves, is given.

Key words: media education, media project, children’s media, school media holding, PROnas.

Третьякова Евгения Алексеевна, педагог дополнительного образования, контент-редактор информационно-образовательного проекта «PROnas: школьный медиахолдинг», «Центр внешкольной работы «Юность», trea96@yandex.ru

С. Л. Троянская

Удмуртский государственный университет

Ижевск (Россия)

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК РЕСУРС НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассматриваются проблемы и возможности медиаобразования как эффективного ресурса в процессе повышения квалификации менеджеров в условиях непрерывного образования. Полученные результаты исследования позволили разработать модель реализации компонентов медиакомпетентности, позволяющих интегрировать и содержательно обогатить процесс непрерывного медиаобразования.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакомпетентность и ее компоненты, непрерывное образование.

Основная задача медиаобразования сегодня – подготовить личность к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами коммуникации с помощью технических средств

и современных информационных технологий. В российском образовании, к сожалению, компьютер и Интернет применяются часто лишь как наглядные средства, не в полной мере используется их воспитательный и развивающий потенциал. Незрелость медиакомпетентности преподавателей приводит при использовании современных медиа к потере эффективности образовательного процесса повышения квалификации. Поэтому проблему исследования можно сформулировать так: каковы возможности медиаобразования как эффективного ресурса в процессе повышения квалификации менеджеров в условиях непрерывного образования?

Целью исследования являлось: доказать, что медиаобразование в системе повышения квалификации может быть эффективным, если направлено на развитие таких компонентов медиакомпетентности как: информационно-мировоззренческий; технологический; коммуникативный; информационно-поисковый; аналитический; креативный; презентационный.

Методы и методики исследования: эмпирические методы – анкетирование, тестирование, математическая обработка данных исследования, модифицированная методика изучения медиакомпетентности А.В. Федорова, методы нарративной этики при анализе кинофильмов и выполнении творческого задания для оценки креативного компонента медиакомпетентности.

База исследования: ООО «Директум» г. Ижевск, курсы повышения квалификации, 30 студентов от 28 до 40 лет.

А. В. Шариков определяет медиаобразование как «обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации ... его следует отличать от использования вспомогательных средств преподавания в других областях знания, например, математика, физика и т.п.» [3, с.78]. Что касается мнения экспертов о целях медиаобразования, то они, согласно данным А.В. Шарикова, распределились следующим образом: самыми важными были названы развитие коммуникативных способностей, критического мышления и восприятия, далее следовали развитие умений «декодировать» медиатексты, самовыражаться с помощью медиа, оценивать качество медиатекстов.

По мнению Н. Ю. Хлызовой, данная концепция не раскрывает практическую сторону медиаобразования столь актуальную в эпоху компьютерных технологий. И с этим можно согласиться ввиду необходимости работы непосредственно с информацией, получаемой с помощью технических средств. По мнению А. В. Федорова, цели медиаобразования могут меняться в зависимости от конкретной тематики и задач занятий, от возраста аудитории, от той или иной теоретической базы медиаобразования [2].

Несомненными достоинствами непрерывности медиаобразования являются: гибкое планирование образовательного процесса; возможность внеаудиторных коммуникаций преподавателей и обучающихся; доступа обучающихся к информационному и учебно-методическому обеспечению программ; обучение современным способам самостоятельного получения знаний; повышение мотивации, поскольку работа в электронной системе вызывает интерес в силу своей инновационности [1].

Проведенное исследование позволило определить, что у студентов курса переподготовки отсутствует необходимый уровень медиакомпетентности по следующим показателям: креативность, интерпретационно-оценочный и деятельностный показатели. Полученные результаты исследования позволили разработать модель реализации компонентов медиакомпетентности, позволяющую интегрировать и содержательно обогатить процесс непрерывного медиаобразования.

Эффективность использования разработанной модели была определена на этапе контрольного исследования при анализе результатов, когда их сравнили с результатами первичной диагностики. Данные исследования показали, что реализация нового курса переподготовки менеджеров в системе непрерывного образования положительно отражается на формировании у студентов медиакомпетентности. Наблюдается положительная динамика основных компонентов медиакомпетентности, развивается креативность студентов, их способности к интерпретации и оценке информации, использование на практике умений в совершении необходимых трудовых действий и управленческих операций.



Рисунок 1. Структурная модель медиаобразования с его компонентами

Таким образом, эффективность реализации медиаобразования в системе повышения квалификации заключалась в следующем:

1. Развитии всех компонентов медиакомпетентности;
2. Отборе учебного материала, соответствующего современному состоянию науки в данной предметной области, использование инновационных информационных и медиа технологий;
3. Повышении заинтересованности студентов в результатах их непрерывного образования через соответствие учебного материала возможностям его усвоения студентами и его дальнейшей презентации аудитории, мотивация активной позиции;
4. Учете индивидуальных качеств личности студентов, актуализация их креативных способностей через создание собственных креативных продуктов, презентаций и веб-сайтов;

5. Высоком уровне медиакомпетентности педагогов, их теоретической и актуальной методической подготовленности, владение ими инновационными информационно-коммуникационными технологиями.

Медиаобразование в системе повышения квалификации может быть успешно реализовано, если направлено на развитие таких компонентов медиакомпетентности как: информационно-мировоззренческий; технологический; коммуникативный; информационно-поисковый; аналитический; креативный; презентационный. Медиаобразование выступает эффективным ресурсом непрерывного образования, позволяет интегрировать и содержательно обогатить процесс непрерывного образования в интересах устойчивого развития личности.

Список литературы

1. Ефремкина, И. Н. Мотивационные возможности применения инфокоммуникационных и дистанционных образовательных технологий в образовательном процессе / И. Н. Ефремкина, А. А. Королева. – Текст : непосредственный // Знание. – 2014. – № 4. – С. 56–62.
2. Федоров, А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогических вузов / А. В. Федоров. – Москва: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с. – Текст : непосредственный.
3. Шариков, А. В. Так что же такое медиаобразование? / А. В. Шариков. – Текст : непосредственный // Медиаобразование. – 2005. – № 2. – С. 78.

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

MEDIA EDUCATION AS A RESOURCE FOR CONTINUOUS EDUCATION

The article discusses the problems and opportunities of media education as an effective resource in the process of professional

development of managers in the context of continuing education. The results of the study allowed us to develop a model for the implementation of media competence components that allow integrating and enriching the process of lifelong media education.

Key words: media education, media competence and its components, continuous education.

Троянская Светлана Леонидовна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и педагогической психологии Института педагогики, психологии и социальных технологий, Удмуртский государственный университет, svetatroya@mail.ru.

Н. В. Федосеева, И. В. Кузина, В. Ф. Миронычева
Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н. И. Лобачевского
(Арзамасский филиал)
Арзамас (Россия)

ВОЗМОЖНОСТИ ДИСТАНЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК МЕДИАСРЕДЫ СОВРЕМЕННОГО ШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье авторы анализируют особенности понимания современных дистанционных технологий, отмечают их многообразие и при этом отсутствие систематизации. Источником исследования выступили результаты опроса, респондентами которого стали будущие и практикующие педагоги, родители. Обобщив результаты, авторы приходят к необходимости классификации дистанционных технологий, основанной на объединении их в группы по функционалу и целевой аудитории.

Ключевые слова: дистанционные технологии, медиасреда, портал, платформа, образовательный ресурс.