

(2011), манаграфіі па пытаннях фарміравання нацыянальнай ідэалогіі. Менавіта дзяржаўна-палітычны аспект у развіцці журналістыкі заўсёды з'яўляўся дамінуючым. У дачыненні да гісторыі беларускіх медыя асаблівае значэнне мае і нацыянальны фактар.

У ХХІ ст. журналістыка набыла рысы сапраўднай навукі. Вызначаны прадмет даследавання, сфарміравана метадалогія. Але без пераасэнсавання гісторыі нельга ўдасканаліць тэорыю. Сучасныя падыходы да вывучэння гісторыі медыя, новыя патрабаванні да яе канцэптуалізацыі як навуковай дысцыпліны будуць садзейнічаць у тым ліку і мадэрнізацыі працэсу журналісцкай адукацыі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Есин Б. И. История русской журналистики (1703–1917). М. : Флинта: Наука, 2000. 463 с.
2. Овсепян Р. П. О расширении объекта изучения истории отечественной журналистики XX века // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2006. № 2. С. 80–92.

ЦИФРОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ТРЕНД МЕДИЙНОЙ ГРАМОТНОСТИ

Л. А. Коханова¹⁾, Ю. Е. Черешнева²⁾

*¹⁾Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
ул. Моховая, 9, 125009, Москва, Россия,
l_kokhanova@mail.ru,*

*²⁾Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
ул. Моховая, 9, 125009, Москва, Россия,
ulia@chereshneva.com*

Анализируется понятие «цифровое образование» как тренд медийной грамотности, в основе которого понимание современных информационных технологий, их функционала, умение их использовать в профессиональной деятельности и в жизни. Фрагментарно приводятся результаты пилотного исследования «Цифровое образование как конкурентное преимущество будущих журналистов». Обосновываются выводы исследования о необходимости создания вариативных учебных программ по цифровому образованию.

Ключевые слова: цифровое образование; медийная грамотность; медиаобразование; журналистика; информационные технологии; уровни цифрового образования; коммуникация; образовательные программы.

DIGITAL EDUCATION AS A TREND OF MEDIA LITERACY

L. A. Kokhanova^a, J. E. Chereshneva^b

^aLomonosov Moscow State University,

9, Mokhovaya Str., 125009, Moscow, Russia

Corresponding author: L. A. Kokhanova (l_kokhanova@mail.ru),

^bLomonosov Moscow State University,

9, Mokhovaya Str., 125009, Moscow, Russia

Corresponding author: J. E. Chereshneva (ulia@chereshneva.com)

The concept of «digital education» is analyzed as a trend in media literacy. The trend is based on an understanding of modern information technologies, their functionality, the ability to use them in professional activities and in life. The results of the pilot study «Digital Education are presented fragmentarily as a competitive advantage for future journalists». The conclusions of the study about the need to create variable training programs in digital education are substantiated.

Keywords: digital education; media literacy; media education; journalism; information Technology; levels of digital education; communication; educational programs.

Сегодня в вузовские аудитории пришло молодое поколение, или поколение Z, которое уже выросло в эпоху интернета, и для него это реальная среда обитания. Более того, почти все они ведут свои блоги, имеют аккаунты в социальных сетях. Некоторые уже создали авторские каналы в Telegram или на YouTube. Но, оказывается, что самостоятельно приобретенных знаний им явно недостаточно для того, чтобы овладеть профессией журналиста. Именно им требуются программы по цифровому образованию как компоненту медиаобразования, ориентированные на конкретные практические задачи, способствующие овладению профессией.

Это подтвердило пилотное исследование «Цифровое образование как конкурентное преимущество будущих журналистов», которое было проведено авторами данной статьи в течение 2018–2019 гг. В опросе в течение двух учебных лет принимало участие более 200 бакалавров и 40 магистров факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова. Причем в их числе были и иностранные студенты, в основном выходцы из Китая, что в определенной

степени осложняло работу, но и заставляло искать новые нестандартные подходы в обучении.

Локальность исследования позволила на первом этапе сосредоточиться на формировании умений и навыков, что, по мнению специалистов, достаточно важно [1, с. 15]. Параллельно шла фиксация в процессе обучения, когда можно наблюдать их переход из стадии любительства в стадию профессионализма. В данном случае речь идет, прежде всего, о материальном уровне, и это первый аспект исследования, то есть об уровне владения новыми информационными технологиями. При этом следует учитывать, что, как утверждает С. В. Ерофеев, «постоянно появляются информационные платформы, которые требуют от журналистов новых знаний и умений» [2, с. 60].

Говоря о методологической базе, необходимо отметить специфику данного исследования. Она заключается в том, что мониторинг аудитории идет параллельно образовательному процессу. Причем активно используется метод проектного обучения (проект «Цифровое образование как конкурентное преимущество будущих журналистов») как одна из новаций факультета журналистики МГУ. Являясь авторской методикой, она дает неплохие результаты, что явно демонстрируют полученные результаты. Особенно она эффективна при обучении иностранных бакалавров и магистров.

На втором этапе исследования, который в большей степени был реализован в течение второго года экспериментальной работы в рамках проектного обучения, акцент был сделан на второй не менее важный аспект. В данном случае это функциональный уровень, то есть когда цифровое образование рассматривается как «осуществление институциональных культурных практик с помощью цифровых технологий» [3, с. 15]. В частности, исследовались коммуникативные способности будущих журналистов, которые в большей степени проявляются при общении в сети.

Именно сеть породила принципиально новый уровень межличностной коммуникации, требующий профессиональных навыков и умений. При этом мы исходили из того, что цифровое образование на материальном уровне – «это в первую очередь понимание современных информационных технологий, их функционала, а также возможность грамотно использовать их в работе или в быту» [4]. Но оно не может существовать без функционального уровня, который реализуется в процессе профессиональной деятельности.

Поэтому задаваемые вопросы ставили своей целью понять, как студенты относятся к таким инструментам, как работа с базами данных, машинное обучение, компьютерное моделирование, статистический анализ, работа с графическими редакторами и т. п. Это объясняется тем, что журналист, прежде всего, должен уметь искать нужную информацию, ее фиксировать, отбирать в зависимости от поставленной цели и анализировать.

За два учебных года экспериментальной работы и опросов аудитории собран большой эмпирический материал, который последовательно обрабатывается. Полученные данные позволяют корректировать учебный процесс и соотносить действия преподавателя с потребностями участников проекта «Цифровое образование как конкурентное преимущество будущих журналистов».

Так, анализ анкет показал, что студенты оценили важность овладения навыками big-data системного аналитика, научились разговаривать с пользователями конкретно на их языке и т. д. [5, с. 63–76]. «Работать в новых условиях, с огромными потоками информации, на скорости, так как в редакции все нужно “вчера”, мне очень долго не удавалось», – пишет Татьяна С. (четвертый курс). «Узнала на занятии, когда готовили выпуск газеты, что есть интернет вещей, что даже сценарии уже пишут роботы, а блокчейн и другие распределенные сети – вообще наше светлое будущее. Хорошо, что мы выбрали тему номера о новых технологиях. Они нам, журналистам, в первую очередь нужны», – отвечает Алена П. (третий курс).

Полученные цифры первого и второго года исследования несколько разнятся. Если по итогам опроса 2018 г. 74 % студентов уже работают штатно или внештатно в сетевых медиа, то в 2019 г. уже 82 % находят в них возможность для профессиональной деятельности. Более того, с этими видами деятельности в большей степени связывают свое будущее иностранные студенты (67 %). Так, магистры, которые планируют остаться в профессии, в своем большинстве планируют работать в интернет-изданиях.

Сложнее обстоят дела с коммуникативными навыками. Но большинство респондентов в то же время пишут о том, что они не знают порой, «как строить общение с пользователями в разных сетях, когда они разные: и пользователи, и сети»; «как подавать ту или иную информацию, чтобы вовремя остановиться и не перегнуть палку дозволенного для публикации»; «как понимать информационную безопасность для

редакции, для себя лично и для того, с кем общаешься в сети». Этому они готовы учиться. На эти опасения указывают и многие исследователи. Так, А. В. Соловьев пишет: «Сетевое общение становится новой сложной культурной формой, содержащей множество субкультурных форм с соответствующим набором ожиданий, пониманий, смыслов и соглашений, воздействующих на поведение участников коммуникации» [6].

Но уже есть и явные сдвиги. Если в 2018 г. всего 23 % студентов, сталкиваясь с сетевыми рисками, не испытывали при этом трудностей, то в 2019 г. таких студентов стало намного больше (41 %). Увеличилось и число тех (с 28 % до 35 %), кто спокойней, а точнее профессионально ведет себя в ситуациях, когда «напоролись на хамство», «получили агрессивный ответ», «попали в конфликтную ситуацию» и т. д. Но это явно не очень высокие показатели.

Очевидно, что коммуникативная составляющая как новый тип общения в сети, как и знание информационных технологий должны стать основными разделами в учебных программах, ориентированных на медиаобразование будущих журналистов. Конечно, они должны варьироваться с учетом тех конкретных задач, которые ставит практика. Явно, что журналисту не надо разрабатывать программное обеспечение, но при подготовке лонгрида – текста нового формата – он должен уметь грамотно сформулировать задачу, чтобы ее понял программист. Таких ситуаций много, и на них указывали студенты, уже столкнувшись с подобными коллизиями.

Следует также отметить, что для будущего журналиста цифровое образование как фактор медийной грамотности – это фундаментальность, которая в числе других определяет основные компетенции, которыми должны обладать как выпускники вуза, так и сотрудники редакций. Оно в должной степени дает им конкурентные преимущества по сравнению с теми, кто не владеет системным знанием. Тем самым, поступив на факультет журналистики в статусе пользователей сетевых ресурсов как любителей, они должны вырасти до профессионалов. Тогда они смогут не только делать качественные информационные продукты, но и способствовать созданию атмосферы доброжелательства в виртуальном пространстве, формированию сообществ, объединяющих как профессионалов, так и любителей. Для этого необходимо лишь одно – совершенствовать свое цифровое образование, способствующее повышению грамотности, используя при этом качественные учебные

программы, разработанные профессионалами. Именно таким образом они смогут соответствовать запросам времени.

Библиографические ссылки

1. Галкин Д. В. Современные исследования цифровой культуры // Гуманитарная информатика. 2004. Вып. 1. № 1. С. 40–49.
2. Ерофеев С. В. Интернет-журналистика на рубеже XX–XX I вв. М., 2011.
3. Галкин Д. В. Современные исследования цифровой культуры // Гуманитарная информатика 2004. Вып. 1. № 1. С. 40–49.
4. Михайлова Е. Г. Культура в «цифре»: почему профессионал будущего должен быть немного «айтишником». [Электронный ресурс]. URL: <http://news.ifmo.ru/ru/education/trend/news/7234/> (дата обращения: 07.04.2019).
5. Коханова Л. А. Новая специализация в редакции – журналист по работе с сетью // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 1. С. 63–76.
6. Соловьев А. В. Коммуникативная культура информационного общества // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-kultura-informatsionnogo-obshchestva> (дата обращения: 09.07.2019).

РЭДЫЗАЙН – НЕ МЭТА, А СРОДАК: АСАБЛІВАСЦІ ВІЗУАЛЬНЫХ ФОРМАЎТВАРАЛЬНЫХ СРОДКАЎ МЭДЫЯКАНТЭНТУ РАЁННЫХ ГАЗЕТ

А. І. Кунахавец-Плявака

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
elena_kunahovec@mail.ru*

Разглядаецца рэдызайн як спецыфічны кірунак сучаснага газетнага дызайну. Актуальнасць працы абумоўлена неабходнасцю паляпшэння якасці друкаваных СМІ, у прыватнасці раённых газет. Аўтар акцэнтуюе ўвагу на тым, што са з'яўленнем новага тыпу масавага чытача, з пэўным колам інтарэсаў, сваімі патрабаваннямі і перавагамі, супрацоўнікі рэдакцый мясцовых выданняў павінны знаходзіцца ў пошуку не толькі тэм для напісання публікацый, але і спосабаў арыгінальнай падачы матэрыялаў, улічваючы ўсё тое, што робіць газету цікавай і эстэтычна прывабнай. Сёння дызайн раённых газет не заўсёды адпавядае патрабаванням сучаснага чытача. Каб змяніць сітуацыю, услед за вядучымі грамадска-палітычнымі выданнямі рэспублікі яны пачынаюць звяртацца да рэдызайну.

Ключавыя словы: рэдызайн; графічная мадэль; візуальная журналістыка; раённая газета.