

ГОУ ВПО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»
Факультет культуры и искусств
Кафедра кино-, фото-, видеотворчества
Сибирский филиал Российского научно-исследовательского института
культурного и природного наследия имени Д.С. Лихачева

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КИНО-, ФОТО-, ВИДЕОТВОРЧЕСТВА
И МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ**

Сборник научных трудов и материалы
I Всероссийской научно-практической конференции.

Омск – 2018 г.

УДК 37.013

Проблемы развития кино-, фото-, видеотворчества и медиаобразования в России: Сборник научных трудов и материалы I Всероссийской научно-практической конференции. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018.

Научный редактор: профессор кафедры кино-, фото-, видеотворчества Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, доктор педагогических наук Н.Ф. Хилько.

С Омский государственный университет, кафедра кино-, фото-, видеотворчества.

ВВЕДЕНИЕ: ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ИССЛЕДОВАНИЙ.

1. Массовость и элитарность кино-, фотолюбительского движения в России.
2. Развитие педагогических технологий и модели педагогического руководства в сфере массового медиаобразования (общеобразовательных в школах, Интернатах, библиотеках, учреждениях дополнительного образования, летних школах, детских оздоровительных лагерях) в нашей стране и за рубежом. Повышение квалификации и переподготовка в системе медиаобразования.
3. Развитие профессионально ориентированного медиаобразования (в средних и высших учебных заведениях по специальностям «фотоискусство». «журналистика». «режиссер кино и телевидения») в нашей стране и за рубежом.
4. Проблемы развития дистанционного медиаобразования.
5. «Белые пятна» истории кино-, фото-, видеолюбительства в регионах России.
6. Особенность современных медиаобразовательных технологий в школах, студиях, вузах.
7. Особенности современного клубного и фестивального движения в сфере кино-, фото-, видеотворчества.
8. Преемственность в развитии деятельности современных Домов фотографии мультимедиа, Домов кино, музеев кино- и фотоискусства.
9. Современные проблемы развития творчества в Союзе фотохудожников России и Союзе журналистов России.
10. Медиаграмотность, медиаэкология, медиаобразование: цифровые медиа для будущего».

Материалы для дискуссий

Медиаобразование как система. Институты медиаобразования: технологии взаимодействия.

Медиаобразование в условиях фрагментации и регионализации общества.

Медиаобразование в системе профессионального образования всех уровней.

Неформальное и информальное медиаобразование.

Медиа-информационная грамотность. Критерии, индикаторы, программы, методические разработки.

Формы и методы работы детских информационных объединений.

Экологический подход к медиаобразованию, диджитал-экология.

Цели и эффекты использования медиаобразовательных технологий.

Социально-психологические аспекты медиаобразования.

Медиаповедение различных групп населения.

Роль СМИ в системе медиаобразования.

Медиакритика как медиаобразовательные технологии.

Молодежь как объект и субъект медиаобразования.

Информационная культура и информационная безопасность.

Медиакультура как результат медиаобразования.

Образы тинейджеров в аудиовизуальных медиатекстах на тему школы и вуза

Федоров Александр Викторович

*доктор педагогических наук, профессор,
Ростовский государственный экономический университет,
344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69,
1954alex@mail.ru*

Левицкая Анастасия Александровна

*кандидат педагогических наук, доцент,
Таганрогский институт управления и экономики,
347900, Таганрог, Петровская, 45.
a.levitskaya@tmei.ru*

Горбаткова Ольга Ивановна

*кандидат педагогических наук, мл. научный сотрудник,
Ростовский государственный экономический университет,
344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69,
gorbatkova.olga@yandex.ru*

Аннотация. Проанализировав свыше тысячи аудиовизуальных медиатекстов, авторы статьи пришли к выводу, что в советском, российском и западном кино стереотипы тинейджеров как положительных персонажей можно распределить на следующие основные группы: 1) позитивные лидеры, 2) «ботаники» («синие чулки», отличники), 3) «средняки» («среднестатистические» учащиеся). Естественно, советский кинематограф предполагал здесь в той или иной степени идеологическое наполнение коммунистическими ценностями, в то время как в западном и в современном российском кино на первый план выдвигаются ценности индивидуальные, семейные и/или групповые. Стереотипы тинейджеров как отрицательных персонажей могут быть, по мнению авторов статьи, представлены следующими группами: 1) правонарушители и преступники; глупые и отстающие в учебе; «мажоры» (представители богатой «золотой молодежи»). И здесь тоже, конечно, есть нюансы. Например, в советском кино о школе представителей богатых семей заменяли красавцы-эгоисты из интеллигентских слоев, а правонарушителей и глупцов было на порядок меньше, чем в западных медиатекстах. Не было в советском кино (за исключением нескольких перестроечных лент) и подчеркнутой сексуальности персонажей-школьников. В целом же анализ стереотипов образов тинейджеров в аудиовизуальных медиатекстах на тему школы и вуза показал, что, несмотря на национальные, социокультурные и идеологические различия, стереотипы этих имиджей имеют больше сходства, чем различия.

Ключевые слова: персонаж, медиатекст, фильм, школьная тема, вуз, школьник, ученик, кинематограф, медиа.

* Исследование выполнено за счет финансовых средств гранта Российского научного фонда (РНФ, проект № 17-18-01001) в Ростовском государственном экономическом университете. Тема проекта: «Школа и вуз в зеркале советских, российских и западных аудиовизуальных медиатекстов». Руководитель проекта А.В. Федоров.

Teenagers' images in audiovisual media texts about schools and universities*

Prof. Dr. Alexander Fedorov,

*Rostov State University of Economics,
B. Sadovaya, 69, Rostov on Don, 347902, Russia
E-mail: 1954alex@mail.ru*

Dr. Anastasia Levitskaya,

*Taganrog Institute of Management and Economics,
Petrovskaya, 45, Taganrog, 237900, Russia
a.levitskaya@tmei.ru*

Abstract. After analyzing over a thousand audiovisual media texts, the authors of the article concluded that in the Soviet, Russian and Western cinema stereotypes of teenagers as positive characters can be divided into the following main groups: 1) positive leaders; 2) "botanists" ("blue stockings"), 3) average students. Naturally, the Soviet cinema here supposed to be more or less ideologically filled with communist values, while in the West and in modern Russian cinema, individual, family and / or group values come to the fore. Stereotypes of teenagers as negative characters can be, in the opinion of the authors of the article, represented by the following groups: 1) offenders and criminals; 2) Stupid and lagging behind in studies; 3) "Majors" (representatives of the rich "golden youth"). And here, too, of course, there are nuances. For example, in the Soviet cinema about the school representatives of wealthy families were replaced by handsome egoists from the intellectual layers, and offenders and fools were an order of magnitude smaller than in Western media texts. It was not in Soviet cinema (with the exception of a few perestroika tapes) and the emphatic sexuality of schoolchildren. In general, the analysis of stereotypes of teenage images in audiovisual media texts on the theme of the school and university showed that, despite the national, sociocultural and ideological differences, the stereotypes of these images are more similar than the differences.

Keywords: character, media text, film, school topic, students, university, media, cinema.

* This research was funded by the grant of the Russian Science Foundation (RSF, project No. 17-18-01001) at the Rostov State University of Economics. Project theme: "School and university in the mirror of Soviet, Russian and Western audiovisual media texts". Head of the project is professor A.V. Fedorov.

В данной статье мы обращаемся к стереотипам образов тинейджеров в аудиовизуальных медиатекстах на тему школы и вуза. Здесь, как и в предыдущей нашей работе [15], мы опирались на технологии, разработанные К. Бэзэлгэт [4], А. Силверблэтом [31, pp. 80-81], В. Дж. Поттером [26] и У. Эко [12; 13].

Материал нашего исследования – аудиовизуальные медиатексты на тему школы и вуза; основной метод – анализ характеров персонажей; мы также анализируем научные труды по заявленной тематике. Для выделения основных стереотипов персонажей нами было изучены 1107 аудиовизуальных медиатекстов, связанных с тематикой школы и вуза.

Ученые неоднократно обращались к тематике стереотипного изображения образов тинейджеров (с акцентом на гендерных аспектах) в медиатекстах [1; 2; 3; 5; 6; 7; 9; 10; 11; 17; 18; 19; 21; 22; 24; 25; 27; 28; 29; 30; 33]. В частности, было отмечено, что медиа второй половины XX века – начала XXI века изображают молодежь несбалансированно, то есть, скорее, негативно, чем позитивно, а отрицательные имиджевые стереотипы (молодежная преступность, алкоголизм, наркомания и пр.) приводят к повышенным общественным страхам, не отвечающим реальному положению дел. При этом, *Guardian*, например, может в большей степени опираться на факты, тогда как статьи о молодежи в *The Daily Mail* или *The Sun* просто эмоциональны. И хотя, к примеру, 70% преступлений с ножевыми ранениями не имеют отношения к подростковой преступности [19, pp. 23-25], а подавляющее большинство юношей и девушек законопослушны, посвящая свою жизнь учебе, спорту и творчеству, медиа предпочитают из года в год рассказывать истории, связанные с молодежным криминалом. Кроме того, современные медиатексты часто создают образ подростков-эгоистов, не связанных с родителями и гражданско-социальными обязательствами [33, pp. 23-28]. Такого рода избирательная медийная информация о тинейджерах приводит к стереотипизации их образов, связанных с преступностью, жестокостью, ленью, неуравновешенностью, неуважительном отношении к старшим и ровесникам и т.п. [19, pp. 23-25].

Зато влияние романтических медийных историй об идеальных отношениях подростков в последние годы становится всё слабее [11], хотя, конечно, клише «хорошей девушки»: юной, чистой, невинной, доброй и ждущей очаровательного принца можно обнаружить и в медиатекстах XXI века [1; 28].

Другой трен современных медиа – акцентирование внимания на юных геях и лесбиянках, что опять-таки дает непропорциональное представление о процентом соотношении между гетеросексуальными и гомосексуальными тинейджерами. При этом в определенной части медиатекстов гетеросексуалы (как взрослые, так и молодые) представлены как консервативные персонажи, которые не понимают важности и значимости современного гомосексуального образа жизни [29, р.40].

Что касается роли медиа в активизации сексуальности молодежи, то данные исследований свидетельствуют, что сексуально ориентированные медийные жанры (эротические мелодрамы, комедии, телешоу, видеоклипы и пр.) создают иллюзию о широкой распространенности гиперсексуальной активности и опыта среди подростков, для которых, если судить по этим медиатекстам, секс занимает 90% жизненной сферы [36, р. 347]. Что касается визуальной медийной гиперсексуализации персонажей, важно отметить, что она более явна в женских образах, включая полную наготу или показ частей тела крупным планом [1]. Понятно, что воспринимаемые подростковой аудиторией сексистские медийные сообщения в той или иной степени оказывают влияние на развитие личности тинейджеров, на их социальные роли в будущем.

В части гендерного анализа медиатекстов исследователи отмечают [17, р. 60], что в последние годы комедийные сериалы/фильмы строят свои сюжеты таким образом, что грубое отношение к девушкам, включая сексуальное насилие, может восприниматься повседневной рутинной, не заслуживающей какой-либо правовой или этической оценки. Гендерные стереотипы медийного изображения тел тинейджеров (особенно ярко это видно в социальных сетях) могут проявляться как идеализированных, так и в сексуальных имиджах [25, р. 31-32]. С возможностью создания фото и видео и их мгновенного размещения в интернете, тинейджеры сегодня стали не только аудиторией, но и источниками медийных посланий. При этом во многих случаях речь идет о «селфи», где тинейджеры, изучая свои телесные возможности, любят снимать себя не только в вызывающих, сексуальных позах, но и в ситуациях опасных для их жизни (на крышах зданий, поездов и пр.). Кстати, в советском кинематографе кадры с исследованием персонажами своего обнаженного тела, разумеется, были табуированы, и такого рода сцена впервые появилась в драме «Завтра была война» (1987), где старшеклассница рассматривала перед зеркалом формы своей груди.

Существенную роль в медийной стереотипизации тинейджеров играет алкоголь. В современных аудиовизуальных медиатекстах молодые люди, употребляющие алкоголь, редко позиционируются негативно. Как правило, это красивые парни и девушки, чье употребление спиртного никоим образом не приводит к зависимости от него, напротив, служит веселым стартом к любовным или иным приключениям и наслаждениям. Во многих сериалах, фильмах, рекламе употребление алкоголя рассматривается как приемлемое (часто гламурное), не создающее никаких проблем действие. Более того, исследования показали [2], что даже осуждающее изображение (неэкстремального) опьянения и связанного с этим неадекватного поведения подростка все равно может послать сигнал подростковой аудитории, что такое явление общепринято и нормально. Алкогольная тематика в медиатекстах с участием тинейджеров, разумеется, носит акцентировано гендерный характер: если девушки в медиатекстах, как правило, рафинированно выпивают полбокала шампанского (женское пьянство обычно вызывает осуждение), то для юношей употребление алкоголя нередко подается как истинно мужской вид деятельности [2].

Медийные стереотипы образов тинейджеров проявляются и по отношению к расовым и национальным признакам. Например, черные подростки регулярно ассоциируются с негативными новостями и сюжетами (преступность, насилие, агрессия и пр.) [10, pp. 87-90]. Любопытен, к примеру, и медийный образ (молодых) французов в американских медиатекстах: с одной стороны, французские персонажи элегантны, романтичны, соблазнительны, темпераментны, артистичны, прекрасно готовят,

соблюдают этикет и модные тренды, а с другой - недружелюбны, высокомерны, властны, конфронтационны, эгоистичны, безнравственны, не уважают правила, процедуры или сроки; едят сладкое и калорийное, но остаются стройными; умеют говорить по-английски, но отказываются это делать [16, p. 20].

Результаты исследования

Тинейджеры как положительные персонажи, их ценности, идеи, одежда, лексика, мимика, жесты, среда обитания

Позитивные лидеры: учащиеся с гуманистическими (в советских медиатекстах – социалистическими) ценностями, как правило, аккуратно одетые, обладающие приятной внешностью, артистизмом мимики и жестов, богатой лексикой. Происходя, как правило, из обычных семей (живущих в уютных квартирах и домах), они ведут за собой «среднестатистических» учащихся, организуя разного рода добрые и полезные дела. Они не пьют и не курят, не употребляют грубую лексику и, разумеется, выступают против любых наркотиков, зато хорошо учатся. Это уверенные в себе альтруисты, привыкшие ставить перед собой серьезные (нередко общественно значимые) цели и достигать их (парни в итоге побеждают на учебных олимпиадах или в спортивных соревнованиях, а девушки – в вокальных или танцевальных конкурсах). Они могут дать бой любому отрицательному персонажу. У них стройное телосложение, одеты они просто, но аккуратно, у них приятные внешность и голоса. Любовные проблемы, конечно, могут быть и у них, но они в итоге обязательно разрешаются наилучшим образом.

Примеры в советском кинематографе: «Тимур и его команда» (1940, 1976), «Васек Трубачев и его товарищи» (1955), «Розыгрыш» (1976), «Баламут» (1978) и др.

Примеры в российском кинематографе: «Студенты» (2005), «Старшеклассники» (2006-2010), «Первокурсница» (2016), «Спасти Пушкина» (2017) и др.

Примеры в западном кинематографе: «Колледж свинга» (College Swing, США, 1938), «Бриолин» (Grease, США, 1978), «Выборы» (Election, США, 1999), «Императорский клуб» (The Emperor's Club, США, 2002), «Писатели свободы» (Freedom Writers, США-Германия, 2007) и др.

«Ботаники» / «синие чулки» / отличники: основной тип занятий – отличная учеба и самоанализ. Этих интеллектуальных выходцев из обычных семей (впрочем, их семьи иногда бывают неполными, а родители – весьма эксцентричными) не интересует власть над людьми (хотя они надеются на свой будущий профессиональный успех), они не употребляют алкоголь и наркотики, но часто испытывают сексуальные проблемы, порой замкнуты, стеснительны (иногда из-за того, что имеют нетрадиционную сексуальную ориентацию), небрежно одеты и, как правило, даже при симпатичной внешности неуклюжи. Обычно они не используют грубую лексику и непристойные жесты. В финале некоторых медиатекстов им уготовано преображение «золушки»: радикально изменив внешность и образ жизни, они становятся предметом восхищения сверстников.

Примеры в советском кинематографе: «Чучело» (1983), «Лидер» (1984), «Соблазн» (1987) и др.

Примеры в российском кинематографе: «Старшеклассники» (2006-2010), «Чучело-2» (2009), «Физика или химия» (2011) и др.

Примеры в западном кинематографе: «Вперед, сыны» (Allons z'enfants, Франция, 1981), «Маска» (Mask, США, 1985), «Белая свадьба» (Noce blanche, Франция, 1989), «Джек» (Jack, США, 1996), «Физика или химия» (Física o química, Испания, 2008-2011), «Песня для изгоя» (Song for a Raggy Boy, Ирландия-Великобритания-Дания-Испания, 2003) и др.

«Средняки»: «среднестатистические» учащиеся с типичными подростковыми интересами и проблемами, связанными как со школой и семьей, так и с любовными переживаниями, они законопослушны, гетеросексуальны, контактны (довольно часто они находят общий язык с родителями и учителями), симпатичны, у них приятные голоса и хорошие манеры; живут в хороших (по меркам того или иного строя) бытовых условиях.

Примеры в советском кинематографе: «Красный галстук» (1948), «Повесть о первой любви» (1957), «Дикая собака Динго» (1962), «Звонят, откройте дверь» (1965), «Я вас любил...» (1967), «Мужской разговор» (1968), «Переходный возраст» (1968), «Не болит голова у дятла» (1974), «Сто дней после детства» (1975) и др.

Примеры в российском кинематографе: «Какая чудная игра» (1995), «Американка» (1997), «Займемся любовью» (2002), «Исчезнувшая империя (Любовь в СССР)» (2007), «Физика или химия» (2011), «Частное пионерское» (2012), «14+» (2015), «Хороший мальчик» (2016) и др.

Примеры в западном кинематографе: «До свидания, мистер Чипс» (*Goodbye, Mr. Chips*, США, 1939), «Маддалена, ноль за поведение» (*Maddalena... zero in condotta*, Италия, 1940), «Будущие звезды» (*Futures vedettes*, Франция, 1955), «Пикник у Висячей скалы» (*Picnic at Hanging Rock*, Австралия, 1975), «Физика или химия» (*Física o química*, Испания, 2008-2011), «Писатели свободы» (*Freedom Writers*, США-Германия, 2007) и др.

Тинейджеры как отрицательные персонажи, их ценности, идеи, одежда, телосложение, лексика, мимика, жесты

Правонарушители и преступники: основной тип занятий – различные типы правонарушения (включая бытовое насилие), преступления (включая убийства, торговлю наркотиками, что впрочем, более характерно для персонажей мужского пола), курение, употребление алкоголя и наркотиков, секс. В западных медиатекстах это часто афроамериканцы или латиносы. Они эгоистичны, жестоки и самоуверенны. Их одежда, внешность, лексика могут быть любимы, но в основном такого рода персонажи используют грубую лексику, резкие голосовые тембры и непристойные жесты. Во многих случаях они вызывающе и броско одеты и обладают спортивным телосложением (персонажи мужского пола), у них яркий макияж и стройное телосложение (персонажи женского пола), хотя по части внешности и одежды возможны разные варианты. По отношению к учебе есть два основных варианта: полное ее игнорирование и агрессивное поведение на уроках, либо, наоборот, хорошая учеба, умело скрывающая тайные пороки, преступные наклонности и психологические манипуляции. В основном это тинейджеры из бедных семей (в этом случае они нередко живут в жутких бытовых условиях), но встречаются и персонажи, имеющие богатых родителей.

Примеры в советском кинематографе: «Друг мой, Колька!» (1961), «Республика ШКИД» (1966), «Несовершеннолетние» (1976), «Последний шанс» (1978), «Признать виновным» (1983), «Плюмбум, или Опасная игра» (1986) и др.

Примеры в российском кинематографе: «Учитель в законе» (2007), «Школа» (2010), «Физика или химия» (2011), «Ученик» (2016), клип «Я тебя люблю» (2018) и др.

Примеры в западном кинематографе: «Школа для преступников» (*Crime School*, США, 1938), «Школьные джунгли / Джунгли за школьной доской» (*The Blackboard Jungle*, США, 1955), «Школа: конфиденциально!» (*High School Confidential!* США, 1958), «Школьницы-правонарушители» (*Delinquent School Girls*, США, 1975), «Лицеистка соблазняет преподавателей» (*La liceale seduce i professori*, Италия, 1979), «Класс 1984» (*Class of 1984*, Канада, 1982), «Атомный класс» (*Class of Nuke 'Em High*, США, 1986), «Школа зомби» (*Zombie High*, США, 1987), «Класс 1999» (*Class of 1999*, США, 1990), «Детки» (*Kids*, США, 1995), «Сто восемьдесят семь / 187» (*One Eight Seven*, США, 1997), «Дьявол во плоти» (*Devil in the Flesh*, США, 1998), «День юбки / Последний урок» (*La journée de la jupe*, Франция – Бельгия, 2008), «Тело Дженнифер» (*Jennifer's Body*, США, 2009), «Политехнический» (*Polytechnique*, Канада, 2009), «Идеальный студент» (*The Perfect Student*, США, 2011), «Привет, Герман / Школьный стрелок» (*Hello Herman*, США, 2012) и др.

Глупые и отстающие в учебе: основной тип занятий – примитивное времяпрепровождение (включая зависание в развлекательном секторе интернета), скучающий вид на занятиях, прогулы уроков, привычка быть посмешищем в классе и дома. Они, как правило, ленивы, не уверены в себе, обладают скудными знаниями и

умениями. Одежда и лексика в данном случае могут быть любимыми, но внешность, скорее, некрасивая, а телосложение тучное или нескладное. Их социальное происхождение дифференцировано, хотя по большей части эти подростки из бедных семей.

Примеры в советском кинематографе: «Доживем до понедельника» (1968), «Большая перемена» (1972), «Астенический синдром» (1989) и др.

Примеры в российском кинематографе: «Все умрут, а я останусь» (2008), «Физика или химия» (2011), «Класс коррекции» (2014), «Училка» (2015) и др.

Примеры в западном кинематографе: «Учительница естественных наук» (*La professoressa di scienze naturali*, Италия, 1976), «Отличница и второгодники» (*La liceale nella classe dei ripetenti*, Италия–Франция, 1978), «Придурки» (*Les sous-doués*, Франция, 1980), «Сумасброды» (*Screwballs*, Канада, 1983), «Сумасброды 2» (*Loose Screws*, США–Канада, 1985), «Сто восемьдесят семь / 187» (*One Eight Seven*, США, 1997), «День юбки» / «Последний урок» (*La journée de la jupe*, Франция – Бельгия, 2008) и др.

«Мажоры», представители «золотой молодежи»: основной тип занятий – доминирование, которое может включать в себя и правонарушения (например, бытовое насилие) и даже преступления. В большей степени этих выходцев из обеспеченных белых семей (обладающих шикарными особняками и дорогими машинами) интересует власть над людьми и секс, а не употребление алкоголя и наркотиков (что, разумеется, может иметь место, но в умеренных дозах). Они эгоистичны, саркастичны, ироничны и самоуверенны, дорого и модно одеты и, как правило, имеют симпатичную внешность, приятные голосовые тембры, стройное телосложение. Иногда могут использовать грубую лексику и непристойные жесты. Учатся в основном очень хорошо, но за отличной учебной порой скрываются тайные пороки и психологические манипуляции.

Примеры в советском кинематографе: «Аттестат зрелости» (1954), «Доживем до понедельника» (1968), «Розыгрыш» (1976), «Соблазн» (1987), «Дорогая Елена Сергеевна» (1988), «Шут» (1988), «Милый Эп» (1991) и др.

Примеры в российском кинематографе: «Школа № 1» (2007), «Юленька» (2008), «Барвиха» (2009), «Старшеклассники» (2006-2010), «Золотые. (Барвиха-2)» (2011), «Физика или химия» (2011), «Частное пионерское – 3» (2017) и др.

Примеры в западном кинематографе: «Аморальное поведение» (*Gross Misconduct*, Австралия, 1993), «Способный ученик» (*Apt Pupil*, США–Канада–Франция, 1997), «Физика или химия» (*Física o química*, Испания, 2008-2011), «Выборы» (*Election*, США, 1999), «Императорский клуб» (*The Emperor's Club*, США, 2002), «Тело Дженнифер» (*Jennifer's Body*, США, 2009), «В доме» (*Dans la maison*, Франция, 2012), «Исключенный» (*Dismissed*, США, 2017) и др.

Выводы. В советском, российском и западном кино стереотипы тинейджеров как положительных персонажей можно распределить на следующие основные группы: 1) позитивные лидеры, 2) «ботаники» («синие чулки», отличники), 3) «средняки» («среднестатистические» учащиеся). Естественно, советский кинематограф предполагал здесь в той или иной степени идеологическое наполнение коммунистическими ценностями, в то время как в западном и в современном российском кино на первый план выдвигаются ценности индивидуальные, семейные и/или групповые.

Стереотипы тинейджеров как отрицательных персонажей могут быть, на наш взгляд, представлены следующими группами: 1) правонарушители и преступники; глупые и отстающие в учебе; «мажоры» (представители богатой «золотой молодежи»). И здесь тоже, конечно, есть нюансы. К примеру, в советском кино о школе представителей богатых семей заменяли красавцы-эгоисты из интеллигентских слоев, а правонарушителей и глупцов было на порядок меньше, чем в западных медиатекстах. Не было в советском кино (за исключением, быть может, нескольких перестроечных лент) и подчеркнутой сексуальности персонажей-школьников.

В целом же анализ стереотипов образов тинейджеров в аудиовизуальных медиатекстах на тему школы и вуза показал, что, несмотря на национальные, социокультурные и идеологические особенности, стереотипы этих имиджей имеют больше сходства, чем различия.

Литература

1. Álvarez-Hernández, C., González de Garay-Domínguez, B. & Frutos-Esteban, F.J. (2015). Gender representation in contemporary Spanish teen films (2009-2014). *Revista Latina de Comunicación Social*, n 70, pp. 934-960.
2. Atkinson, A., Elliott, G., Bellis, M. and Sumnall, H. (2011). *Young people, alcohol and the media*. Joseph Rowntree Foundation, 86 p.
3. Bachen, C.M. and Illouz, E. (1996). Imagining Romance: Young Peoples's Cultural Models of Romance and Love. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 13, n 4, pp. 279-308.
4. Bazalgette, C. (1995). *Key Aspects of Media Education*. Moscow: Association for Film Education.
5. Behm-Morawitz, E. & Mastro, D.E. (2008). Mean girls? The influence of gender portrayals in teen movies on emerging adults' gender – based attitudes and beliefs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 85, n 1, pp. 131-136.
6. Bleakley, A., Hennessy, M., Fishbein, M. & Jordan, A. (2008). It Works Both Ways: The Relationship Between Exposure to Sexual Content in the Media and Adolescent Sexual Behavior. *Media Psychology*, 11-4, pp. 443-461.
7. Brown, J.D., Halpern, C.T. and L'Engle, K.L. (2005). Mass media as a sexual super peer for early maturing girls. *Journal of Adolescent Health*, n 36, pp. 420 – 427.
8. Cap, O. & Black, J. (2014) Portrayal of Teachers in Popular Media: Pushing the Frontier of Collaboration with Media *Business in Pedagogy and Technology. Open Journal of Social Sciences*, n 2, pp. 139-145.
9. Celestin, M. (2011). *Empowering and Engaging Teen Girls through Media from the Perspective of a Practitioner and Producer*. Boston, 34 p. http://scholarworks.umb.edu/cct_capstone/54
10. Cushion, S., Moore, K. & Jewell, J. (2011). *Media representations of black young men and boys. Report of the REACH media monitoring project*. London. www.communities.gov.uk/archived/general-content/corporate/researcharchive/
11. Driesmans, K., Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2016). True love lasts forever: The influence of a popular teenage movie on Belgian girls' romantic beliefs. *Journal of Children and Media*, 10(3).
12. Eco, U. (1998). *Lack of Structure. Introduction to Semiology*. St. Petersburg: Petropolis, 432 p.
13. Eco, U. (2005). *The Role of the Reader. Studies on the Semiotics of the Text*. St. Petersburg: Symposium, 502 p.
14. Farhi, A. (1999). Hollywood Goes to School: Recognizing the Superteacher Myth in Film. *Clearing House*, 72.3, pp. 157-159.
15. Fedorov, A.V., Levitskaya, A.A., Gorbatkova, O.I. (2017). School and university in the mirror of audiovisual media texts: basic approaches to the research problem. *Media education*, № 2.
16. Ferber, L. (2008). Pardon Our French: French Stereotypes in American Media. *The Osprey Journal of Ideas and Inquiry*. Vol. 7. http://digitalcommons.unf.edu/ojii_volumes/7
17. Halffield, C. (2017). *She brought it on herself: A Discourse Analysis of Sexual Assault in Teen Comedy Film*. DePauw University, 66 p. <http://scholarship.depauw.edu/studentresearch/65>
18. Hochhalter, J.M. (2013). *Latina/o Representation on Teen-Oriented Television: Marketing to a New Kind of Family*. The University of Texas at Austin, 114 p.
19. Jupp, E., Gaitskell, J. et al. (2011). Unbalanced negative media portrayal of youth. *Herts mere Young Researchers*, 29 p.
20. Kirby, D. (2015). *The Influence of Teacher Media Images on Professional Teacher Identities*, 297 p.
21. Larken McCord, M. (2008). "So Very," "So Fetch": *Constructing Girls on Film in the Era of Girl Power and Girls in Crisis*. Georgia State University, 98 p. http://scholarworks.gsu.edu/wsi_theses/13
22. McDonald, H. (2008). Representations of Teenagers in Television Teen Dramas. *Media Studies*, n 35. www.curriculum-press.co.uk
23. Mou, Y, & Peng, W. (2009). *Gender and Racial Stereotypes in Popular Video Games*. <https://www.igi-global.com/chapter/gender-racial-stereotypes-popular-video/20128>
24. O'Neill, P. (2016). *Adolescence, Character, Space Investigating the 1980s Hollywood Teen Genre: Adolescence, Character, Space*. Kingston University, 223 p.
25. Pai, S. & Schryver, K. (2011). *Children, Teens, Media, and Body Image. A Common Sense Media Research Brief*. NY: Common Sense Media Common Sense Media, 47 p.
26. Potter, W.J. (2001). *Media Literacy*. Thousand Oaks – London: Sage Publication, 423 p.
27. Rufer, L.J. (2014). *Magic at the Movies: Positive Psychology for Children, Adolescents and Families*, 95 p. http://repository.upenn.edu/mapp_capstone/68
28. Santiago, M. (2013). *Little women: study of female representation in teen films and how those representations have affected gender perceptions*. Orlando: University of Central Florida, 56 p.
29. Seif, R. (2017). *The Media Representation of Fictional Gay and Lesbian Characters on Television. A Qualitative Analysis of U.S. TV-series regarding Heteronormativity*. Jönköping, 40 p.

30. Signorielli, N. (1997). *Reflections of Girls in the Media: A Content Analysis. A Study of Television Shows and Commercials, Movies, Music Videos, and Teen Magazine Articles and Ads*. Menlo Park, CA.; Henry J. Kaiser Family Foundation, 8 p.
31. Silverblatt, A. (2001). *Media Literacy*. Westport, Connecticut – London: Praeger, 449 p.
32. Steinke, J., Long, M, Johnson, M.J. & Ghosh, S. (2008). *Gender Stereotypes of Scientist Characters in Television Programs Popular Among Middle School-Aged Children*. Chicago, 39 p.
33. Stern, S.R. (2005). Self-Absorbed, Dangerous, and Disengaged: What Popular Films Tell Us About Teenagers. *Mass Communication & Society*, 8(1), pp. 23–38.
34. Stoddard, J. (2012). Film as a ‘thoughtful’ medium for teaching history. *Learning Media and Technology*. 37:3, pp. 271-288.
35. Ter Bogt, T.F.M., Engels, R.C.M.E., Bogers, S. & Kloosterman, M. (2010). “Shake It Baby, Shake It”: Media Preferences, Sexual Attitudes and Gender Stereotypes Among Adolescents. *Sex Roles*, n 63.
36. Ward, L.M. (2003). Understanding the role of entertainment media in the sexual socialization of American youth: A review of empirical research. *Developmental Review*, n 23, pp. 347–388.
37. Wu, Y. (2010). *Model minority stereotypes of Asian American women in American media: perceptions and influences among women of diverse racialethnic backgrounds*. Kansas State University, 110 p.
38. Zhang, L. (2015). Stereotypes of Chinese by American College Students: Media Use and Perceived Realism. *International Journal of Communication*, n 9, pp. 1–20.

Компаративный анализ понятий медийной культуры: технологический аспект

Comparative analysis of concepts of media culture: technological aspect

Гук Алексей Александрович, доктор философских наук, доцент, профессор кафедры фотовидеотворчества Кемеровского государственного университета культуры и искусств (г. Кемерово, РФ), E-mail: guk56mai@mail.ru

Aleksey A. Guk, Doctor of Philosophy, associate professor, professor of department of photovideo creativity of the Kemerovo state university of culture and arts (Kemerovo, Russian Federation), E-mail: guk56mai@mail.ru

Аннотация. Медийная культура стала доминирующей культурой современного общества. Однако в научной литературе не существует исследований, выявляющих особые признаки медийной культуры как информационно-коммуникативной технологии. В данном исследовании проведен компаративный анализ таких понятий, как экранная культура, аудиовизуальная культура, электронная культура, цифровая культура, мультимедиакультура, компьютерная и киберкультура, определена их технологическая специфика. Отдельно представлены существенные системообразующие характеристики медийной культуры как родового понятия, охватывающего ее отдельные разновидности, обозначенные выше. В результате медийная культура определена как совокупность информационно-коммуникативных технологий, использующих машинный способ продуцирования и распространения сообщений, конвергентных и тиражных по своей природе, рассчитанных как на массовое, так и на индивидуальное потребление.

Ключевые слова: медийная культура, информационно-коммуникативные технологии, экранная культура, аудиовизуальная культура, электронная культура, цифровая культура, мультимедийная культура, системообразующий признак.

Abstract. Media culture became dominating culture of modern society. However, there are no researches revealing the special signs of media culture as information and communicative technology in scientific literature. In this research, the comparative analysis of such concepts as screen culture, audiovisual culture, electronic culture, digital culture, multimedia culture, computer and cyberculture is conducted and defined their technological specifics. The essential system-creating characteristics of media culture are presented separately as a generic term covering its individual types indicated above. As a result, media culture is determined as a sum of information and communication technologies using the mechanism of production and distribution of messages, convergent and production by the nature, designed for both, mass and individual consumption.

Keywords: media culture, information and communicative technologies, screen culture, audiovisual culture, electronic culture, digital culture, multimedia culture, system-creating sign.

Введение

Медиатизированность современного общества возрастает. Появляется новая техника, новые технологии, предназначенные для коммуникативного взаимодействия людей. В этот процесс вовлекается все большее количество людей, которые становятся доминирующей массой мирового сообщества. На базе коммуникативных технологий формируются разнообразные виды практик – от чисто информационных, до художественных, как коллективных, так и индивидуальных. Информационное пространство общества насыщается широким спектром произведений медийного происхождения.

По нашему мнению, медийная культура возникла примерно в середине XV века вместе с появлением книгопечатания. Именно тогда появилась определенная системность, которая позволяет говорить о возникшем феномене как культурном явлении. В сферу функционирования медийной культуры вошла и культура подготовки текстов печатной продукции, и культура технологическая, позволяющая тиражировать эти тексты на бумажных носителях, и культура распространения, и культура потребления этих текстов. Принципиально новым элементом в системе коммуникации того исторического периода стало использование технического средства – машины.

Обзор литературы по теме

Наиболее интенсивно медийную культуру начинают изучать со второй половины XX века. Чаще всего в поле зрения исследователей попадают такие ее явления как кинематограф, телевидение, пресса, радиовещание, а затем видео, мультимедиа, Интернет. Среди зарубежных авторов, заложивших основу для изучения медийной культуры, можно выделить В. Беньямина, М. Маклюэна, М. Кастельса, Н. Лумана.

В. Беньямин в своем эссе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» одним из первых обратил внимание на техническую составляющую в художественном творчестве [2]. По его мнению, в мире художественной культуры возникла принципиально иная ситуация – появилась возможность репродуцировать и тиражировать произведения искусства, в результате чего они лишились своей «ауры», утратив связь с историей и традицией.

Другой знаменитый исследователь М. Маклюэн ввел в медиатеорию ряд новых тезисов и понятий: «средство есть сообщение», «расширение человека», «глобальная деревня», «электронное сообщество», а также дал характеристику культурных эффектов средств коммуникации, среди которых гипнотический и трайбализирующий эффекты, эффект специализации новых медиа и т.д. [14, 15].

Свой вклад в осмысление медийной культуры внес М. Кастельс, утверждая, что формирование культуры определяется коммуникационными возможностями, мощное воздействие которых в настоящее время рождает «культуру реальной виртуальности» [9].

Оригинальную теорию медиумов коммуникации предложил Н. Луман, который выделил два вида коммуникационных медиа – средства распространения коммуникации и символически генерализированные средства коммуникации, в которых используется язык как базовый медиум [13].

В нашей стране сложилось несколько направлений, изучающих медиа и медийную культуру. Одно из них представлено коллективом соответствующего сектора НИИ искусствознания (г. Москва), который ориентирован на исследование средств массовой коммуникации в плане их «артизации» [16].

Философское направление функционирует на базе Центра медиафилософии при Санкт-Петербургском государственном университете. Его лидер В. Савчук считает, что предметом медиафилософии является медиареальность, заданная новыми технологиями, которые как средства коммуникации вне нас, а сами медиа – внутри нас. При этом средства коммуникации используют нас, а не наоборот, потому что образы видят нами, а не мы видим образы [19]. Отдельные проблемы медиакультуры рассматриваются также представителями социальной философии. Е. Кузнецова позиционирует ее как становящуюся комплексность медиаформ разного уровня, которые образуют новый коммуникативный модус деятельности [12]. В. Возчиков трактует медиакультуру как доминирующую культуру информационного общества, которая осуществляет свое бытование через деятельность традиционных и электронных средств массовой информации. Это культура-метасообщение о мировоззрении человечества на определенном этапе его существования [6].

Следующим направлением, в рамках которого у нас в стране изучается медиакультура, является медиаобразование (А.В. Федоров, И.В. Чельшева, Е.А. Бондаренко). Для них оно неотделимо от медиакультуры как совокупности медиатекстов, выступающих в качестве средства обучения и воспитания [24, 26, 3].

Еще одним направлением рефлексирования медийной культуры является искусствоведческий подход. Его представители, главным образом, сотрудники Центра культуры и искусств «МедиаАртЛаб» (Т. Горючева, О. Шишко, А. Исаев и др.) представляют медиакультуру как актуальную форму инновационного проявления художественной деятельности на базе новых информационно-коммуникативных технологий [25].

Значительную часть исследований медиакультуры составляют работы журналистской направленности. В них медийная культура выступает как медиасистема, которая активно влияет на формирование общественного сознания людей, нормы их жизнедеятельности в целом [5, 8, 23].

Собственно культурологическое исследование медиакультуры наиболее ярко представлено в работах Кирилловой Н.Б. В них медиакультура предстает как особый тип культуры информационного общества [10].

Постановка задачи

Представленный выше пилотный анализ исследовательских дискурсов медийной культуры свидетельствует о практически полном отсутствии работ, интерпретирующих ее с технико-коммуникативной стороны как техногенный феномен.

Вместе с тем именно технологический подход дает возможность представить медийную культуру как особым образом организованную систему, отличающих ее от других коммуникативных систем. Неправомерно игнорировать тот факт, что технология «дает жизнь» разнообразной культурной деятельности и явлениям, возникающим на ее основе. В этом случае даже не столь важно, культурные ли запросы способствовали появлению конкретной технологии или это результат самодостаточного развития технологии и техники ее составляющей. Пока отсутствует та или иная техника и технология, реальное функционирование культурных явлений невозможно.

Медийная культура с технологической точки зрения комплексное явление, включающее в себя различные средства, формы, виды коммуникативных технологий. Очень важно, на наш взгляд, понять, что их разъединяет и что объединяет на технологическом уровне.

Таким образом, нашей исследовательской задачей стало выявление тех системообразующих признаков, которые определяют функциональную жизнеспособность отдельных образований медиакультуры, а также медиакультуры в целом как технико-коммуникативной системы. Тем самым мы надеемся внести определенную ясность в картину системно-структурного функционирования медийной культуры как совокупности информационных технологий, ориентированных на процессы социальных коммуникаций.

Для решения поставленной задачи мы использовали такие подходы, как системный и компаративный анализ и соответствующие им методы.

Описание исследования

Медийная культура как понятие часто редуцируется, становится синонимом таких понятий, как «экранная культура», «аудиовизуальная культура», «электронная культура», «цифровая культура», «киберкультура», «мультимедийная культура» и т.д. В большинстве работ авторы не обозначают четко их предметно-смысловое содержание. Вместе с тем от этого зависит корректность суждений, обобщений и выводов. За каждым из таких понятий кроется собственный исследовательский предмет, особый круг явлений. Число таких понятий множится и порой трудно понять их соотношение. Попробуем разобраться в этом.

Экранная культура. Как понятие возникает в период становления и развития телевидения, а затем укрепляется в эпоху видео и компьютерной технологии. В этой парадигме системообразующим признаком экранной культуры становится экранное изображение, представляющее собой отображение реальной или вымышленной действительности на плоскости, ограниченной рамками кадра. Экранная культура шире таких понятий как «кинематографическая культура», «телевизионная культура», «видеокультура». Это собирательное понятие, интегрирующее культуру экрана в форме кадра.

Наиболее часто экранную культуру связывают с функционированием динамического звукозрительного образа (изображения). По мнению И. Негодаева, ее

«...системообразующим признаком ... является представление культурных артефактов в аудиовизуальном и динамичном виде» [17, с. 17]. Аналогичный подход наблюдается и у Н.Р. Вакулич: «Специфической чертой экранной культуры является динамичный, ежесекундно меняющийся диалоговый характер взаимоотношений экранного текста с потребителем информации» [4].

Вместе с тем, если обратиться к реалиям, экранное изображение часто бывает статичным и нередко «немым». Например, современную цифровую фотографию можно чаще увидеть на экране (проектора, компьютера, телефона), чем на традиционном бумажном носителе. При этом далеко не всегда демонстрация фотографий сопровождается звукорядом (музыкой, шумами, речью).

Неправомерно, на наш взгляд, ограничивать сферу экранной культуры только феноменами, «базирующимися на микропроцессорной информационной технологии», как это представлено у Н.Е. Яценко [22]. В этом случае из предметного поля экранной культуры выпадает такая ее часть, как традиционный кинематограф, явившейся родоначальником данной культуры.

Для нас экранная культура – это система визуальных либо аудиовизуальных сообщений, объединенных экранным способом генерации и трансляции изображений в форме кадра.

Аудиовизуальная культура. Смысловой акцент в этом понятии смещается в область комплексности воздействия сообщения на органы чувств человека. Визуальный и аудио ряд в таком сообщении воздействует на зрение и слух человека одновременно (комплексно). Этот термин также носит интегрирующий характер, заключая в себе все виды экранной культуры (кино, телевидение, видео, компьютерный экран и т.д.). Однако по своему содержанию понятие аудиовизуальной культуры выходит за рамки экранной культуры и распространяется на все сферы функционирования аудиовизуального образа. В них сообщение, чаще всего художественное, передается аудитории не через изображение, а напрямую через активизм реальных объектов.

Аудиовизуальная культура как понятие во многом синонимично понятию экранная культура. Говоря об аудиовизуальной культуре, чаще всего имеют в виду ее экранные формы, потому что общим началом для них является аудиовизуальная (звукорительная) образность. Это продуцируемое качество воздействует на воспринимающего субъекта комплексно. Однако существуют сферы функционирования экрана, где звуковая составляющая отсутствует или нивелируется, например, в некоторых экранных сообщениях компьютерного монитора или мобильного телефона. В этом смысле экранная культура как понятие включает в себя более широкое содержание. С другой стороны, если понимать аудиовизуальное как универсальную характеристику освоения человеком окружающего мира, то понятие «аудиовизуальная культура» оказывается шире понятия «экранная культура», потому что, по словам Я.Б. Иоскевича, «охватывает обширную область звукорительных феноменов всего «видимо-слышимого», произведенного человеком [18, с. 45].

По этой причине мы не можем согласиться с другим исследователем, согласно которому аудиовизуальная культура – «это способ фиксации и трансляции культурной информации» [27, с. 46]. Аудиовизуальная культура в некоторых случаях не требует фиксации, для того, чтобы транслировать свои аудиовизуальные сообщения, например, прямое телевидение или радио. Таким образом, под аудиовизуальной культурой (в технологическом плане) следует понимать систему формируемых и транслируемых звукозрительных сообщений комплексно воздействующих на воспринимающую аудиторию. Именно комплексность данного воздействия является системообразующим фактором аудиовизуальной культуры.

Электронная культура. Электронная культура не может существовать без электронных устройств, которые приводятся в действие электрическим током (электронами). В толковом словаре русского языка дано такое определение электроники:

«Электроника – наука о взаимодействии электронов с электромагнитными полями и о методах создания электронных приборов и устройств» [20, с. 757].

Первые электронные устройства, предназначенные для коммуникации, появились достаточно давно. Ими стали телеграф, телефон, радио и т.д. Поэтому вряд ли правомерно исторические границы возникновения электронной культуры обозначать серединой 20 века, в период массового распространения электронно-вычислительной техники.

Вместе с тем отдельные исследователи, говоря об электронной культуре, имеют в виду, прежде всего, современные информационно-коммуникативные технологии, главным образом цифровые. В частности, Л.В. Баева утверждает: «Электронная культура представляет собой совокупность результатов творчества и коммуникации людей в условиях внедрения IT-инноваций, характеризующаяся созданием единого информационного пространства, виртуальной формой выражения, дистанционной технологией, либеральностью контента» [1].

Подобным образом воспринимает электронную культуру В.В. Кривошеев: «Она охватывает электронные версии объектов культурного наследия... Электронная культура включает также произведения, которые изначально создавались в электронной форме. К этой области культуры относятся также электронные библиотеки, музеи и архивы [11, с. 78].

Все современные информационно-коммуникативные средства, аналоговые и цифровые (мобильный телефон, факс, компьютер, кино и телекамера, аналоговые и цифровые видеокамеры, навигаторы, плееры, планшеты, фотоаппараты и т.д.) также являются электронными устройствами, которые предполагают электрический источник питания. Таким образом, в смысловое поле электронной культуры включаются все виды культур, эксплуатирующих электронные устройства: часть экранной культуры, цифровая культура, мультимедийная культура и т.д. Общей базовой характеристикой, объединяющей их в систему, является электронная природа (электричество), представляющая собой поток заряженных частиц – электронов.

Отсюда в технологическом плане электронная культура – это совокупность технологий и устройств, обеспечивающих функционирование электронных сообщений, природным качеством которых выступает электричество.

Цифровая культура. Она использует для своего функционирования цифровые устройства и создаваемые с их помощью цифровые сообщения. В их основе заложен принцип цифрового кодирования информации с помощью двоичного кода, который и служит системообразующим фактором данной культуры (технологической). Интенсификация цифровой культуры обязана массовому распространению компьютеров. Однако процесс цифровизации распространился сегодня почти на все сферы функционирования электронных технологий. Благодаря цифровому кодированию электронных сигналов, увеличилось быстродействие электронных систем, их информационная емкость. Это позволило кодировать не только графические, но и звукозрительные сообщения, радиосигналы и т.д. Тем самым пространство цифровой культуры постоянно обогащается и расширяется, вбирая в себя явления всей культуры.

Несмотря на актуальность проблематики, связанной с цифровой культурой, даже лапидарного ее определения как технологического феномена мы не встретили. В связи с данным обстоятельством цифровую культуру можно обозначить как часть (элемент) электронной культуры, базирующейся на цифровом кодировании своих сообщений.

Компьютерная и киберкультура.

Компьютерная культура неразрывно связана с функционированием компьютера как вычислительного устройства. Это культура производства компьютерной техники, культура создания компьютерных программ, культура пользователей и т.д. Системообразующим признаком компьютерной культуры как медиума является ее принадлежность к вычислительным операциям.

Киберкультура зародилась в среде пользователей компьютерных сетей. Приставка «кибер» обозначает, прежде всего, принадлежность культуры к ЭВМ, искусственному интеллекту и виртуальному миру. Но системообразующим фактором киберкультуры, на наш взгляд, выступает все-таки включенность в сеть, которая является медиатором межличностного взаимодействия в форме чатов, блогов, компьютерных игр, электронной коммерции, новых видов искусства и т.д.

Киберкультура как понятие шире понятия «компьютерная культура», потому что включает в свое содержательно-смысловое поле сетевые явления, не имеющие непосредственного отношения к компьютеру. В настоящее время многие электронные устройства – телевизоры, видеокамеры, телефоны и т.д. имеют выход на сетевые технологии, обеспечивающие проводную и беспроводную передачу различного рода данных.

Мультимедийная культура.

Новый тип культуры, возникший на платформе компьютерной технологии, которая имеет способность генерировать, трансформировать, комбинировать, записывать, хранить и воспроизводить в нелинейной последовательности различные по своей природе среды: условно-графические, визуально-реалистические, звуковые. Причем, все эти процессы сопряжены с функционированием виртуального мультимедийного продукта, записанного на определенный цифровой носитель – CD или DVD диск, винчестер (внешний или внутренний), твердотельные карты памяти (флешки, SD) и т.д. Культура, обеспечивающая как внутренне (компьютерное), так и внешнее (вне компьютерной среды) бытование мультимедиапродуктов. Системообразующим фактором мультимедийной культуры является наличие цифрового продукта (текстового, звукового, графического, визуального, аудиовизуального), обладающего интерактивными возможностями его потребления.

Под мультимедийной культурой понимается «...особый вид компьютерной технологии, который объединяет в себе как традиционную статическую визуальную информацию (текст, графику), так и динамическую – речь, музыку, видеофрагменты, анимацию и т.п.» [28, с. 9-10]. В интерпретации другого исследователя мультимедийная культура предстает как «... совокупность средств, технологий, обладающих максимальной силой воздействия на потребителя... за счет аудиовизуальных образов (объединяющих текст, графику, речь, музыку, анимацию, видео и т.д...)» [7, с. 21-22]. В данных определениях упущено, на наш взгляд, существенное качество мультимедийной культуры – интерактивность. Для нас мультимедийная культура – совокупность компьютерных технологий, обеспечивающих создание и потребление разнородных мультимедийных продуктов, обладающих интерактивными свойствами.

Медийная культура (медиакультура).

Мы будем рассматривать медиакультуру феноменологически, то есть как становящуюся реальность, базовым принципом и природным качеством которой является ее принадлежность к технике и более конкретно к машине, предназначенной для осуществления процессов человеческой коммуникации.

По отношению к вышеперечисленным дефинициям, медийная культура, на наш взгляд, является наиболее широким понятием, потому что включает в себя и цифровую и аналоговую культуру, электронную и механическую культуру, экранную и неэкранную культуру и т.д.

Само понятие «медиа» необычайно широкое и означает «средство», «посредник», «способ», что позволяет трактовать медиа излишне универсально как любое средство, выполняющее коммуникативную функцию. Однако, на наш взгляд, возникновение медиакультуры как явления и как понятия обязано такому средству и посреднику, который принципиально отличает ее от коммуникации телесного происхождения (с помощью речи, жеста, письма, рисунка и т.д.).

Данным средством (посредником) является *машинный* способ коммуникации, который, кардинально меняет качественные характеристики коммуникативного процесса.

В содержание коммуникативного сообщения (текста) в этом случае входит не только общезначимая информация, но и информация, идущая от возможностей того или иного технического средства как знаковой системы. Возьмем в качестве примера типичную для сегодняшнего дня коммуникативную ситуацию с помощью такого средства, как Скайп.

На первый взгляд между общением «в живую» и через Скайп нет существенного различия. Однако это не так. Общение через Скайп опосредовано экранным звукозрительным изображением со всеми его условностями. К ним, в частности, относятся: *технические* условности (разрешающая способность экранного изображения или четкость деталей, уровень громкости звука и его тембральные характеристики); *композиционные* условности (крупность плана, месторасположение объектов в плоскости кадра и др.); *свето-колористические* (расположение светотени на объекте, ее контраст, а также яркость и цветность изображения). Все это в целом делает медийный коммуникативный акт далеко не идентичным «живому» общению. То же самое можно сказать и о возможностях коммуникации с помощью других технических устройств.

По нашему мнению, медиакультура и машинный способ формирования и трансляции медийных сообщений связаны неразрывно. В современном словаре иностранных слов машина определяется как «Механизм, или сочетание механизмов, осуществляющие определенные целесообразные движения для преобразования энергии (машины-двигатели), изменения формы, свойств, состояния или положения предмета труда (машины-орудия, рабочие машины), сбора, передачи, хранения, обработки и использования информации (вычислительные машины)» [21, с. 366]. Для нас *машина* представляет собой алгоритмическое устройство, воспроизводящее заданную функцию. Машина может быть сложной и простой, электрической (электронной) и механической, репродуктивной и «творческо-интеллектуальной» и т.д. Для человека машина является внешним и внутренним расширением его возможностей, неким деятельностным «протезом».

Машина может полностью воспроизводить один и тот же результат, создавать его копии, клише, то есть делать массовым, тиражным, а может выступать творческим инструментом в руках человека. Особенно ярко это проявляется при использовании многофункциональной машины. Само по себе комбинирование различных машинных функций приводит к продуцированию разнообразных результатов. Для потребителей медийных сообщений важны именно тиражные, мультиплицирующие качества информационно-коммуникативных технологий, которые позволяют приобщить их к относительно идентичному контенту. Если это зафиксированные сообщения, то их можно повторять, если нефиксированные – их можно записать, и они из нетиражных превращаются в потенциально тиражные. Машина чаще всего осуществляет рутинные действия и задачи, высвобождая человеку время для интеллектуально-творческой деятельности.

Культура медийная как техногенный феномен включает в себя культуру проектирования и производства информационно-коммуникативных технологий, культуру массового воспроизводства, культуру технической модификации и модернизации, культуру технического использования.

Самое общее определение медийной культуры может быть такое – это культурный тип, функционирующий на основе механизированных информационно-коммуникативных технологий.

Самым важным в данной системе является наличие технического средства или машины, как мы ее определили. Особенности функционирования этой машины: печатающей словесно-изобразительную графику (книги, газеты, журналы, плакаты, листовки и т.д.), передающей слова, изображения, музыку, шумы *по эфиру* (радио, телевидение, мобильная связь); записывающей и воспроизводящей слова (речь), изображения, музыку, шумы на определенных носителях (фотография, кино, грамзапись, магнитофонная запись, видео, мультимедиа); генерирующей, сохраняющей и

обеспечивающей обмен разнородными сообщениями (компьютерная программа, сеть) в конечном итоге определяют вид медийной культуры.

Для любого типа машин, включенных в информационно-коммуникативные технологии характерно следующее: 1. Работа по заданному алгоритму действия; 2. Наличие набора функций, их комбинирование; 3. Мультиплицирующее (тиражирующее, копиистское) действие; 4. Техническая возможность для конвергентной экспликации сообщений.

Таким образом, сущностью медийной культуры как техногенного феномена является *механицизм ее процессов*, который проявляется везде и всегда, во всех информационно-коммуникативных машинных актах. Механицизм противостоит естественной телесности традиционных информационно-коммуникативных средств.

Глобальная тенденция последнего времени - цифровизация коммуникативных сообщений. Цифровизация с точки зрения технической представляет собой процесс перевода электронных сигналов, несущих разнородную информацию, в цифровой код и обратно. Это создает условия для слияния и трансформации этих сообщений в процессе их функционирования. В качестве примера можно представить себе такую ситуацию, когда для формируемого коммуникативного сообщения требуется использование обычной (бумажной) фотографии, фрагмента кинофильма на пленке, аналоговой видеозаписи, музыки или речи с обычной грампластинки, магнитофонной записи, газетного или журнального текста и т.д. Сканирование и перевод в «цифру» данных информационных источников позволяет не только объединить их в единое целое, но и внести посредством монтажных операций существенные трансформации в эти сообщения. Таким образом, новый информационный продукт приобретает иное качество, не измеряемое и не выражаемое суммой элементов его составляющих.

Конвергентность является еще одним сущностным качеством медийной коммуникации и, соответственно, техногенной медийной культуры. Эта тенденция просматривалась и раньше в коммуникативной сфере, когда, например, по радио могла звучать грампластинка, или в кино использоваться фотография, а на телевидении – кинофильм. Но интенсивным этот процесс сделал именно приход «цифры», которая особенно отчетливо обозначила конвергентные возможности современной коммуникации. Цифровые коммуникативные технологии проникают всюду, являясь уникальным средством ассимиляции всех информационных технологий, существовавших в прошлом и существующих сегодня.

Заключение

Из сказанного выше можно сделать следующие *выводы*:

1. Актуализация конкретных понятий происходила по мере интенсификации в коммуникативных системах соответствующих технических средств, технических каналов и технологий;

2. Каждое из этих понятий отражает свой системообразующий признак, положенный в основу их типологической принадлежности; эти культуры в чем-то перекрывают друг друга, в каких-то случаях имеют свои специфические границы, их системообразующими факторами становятся различные основания;

3. Наиболее широким, можно сказать родовым понятием является медийная культура. Ее системообразующими признаками как технологии являются машинность производства и распространения сообщений и их конвергентность. Исходя из них, мы сформулировали такое определение *медийной культуры* как техногенного феномена – это *совокупность технических информационно-коммуникативных средств (технологий), которые используют машинный способ продуцирования и распространения сообщений, тиражных и конвергентных по своей природе, рассчитанных как на массовое, так и на индивидуальное потребление.*

Литература

1. *Баева Л.В.* Электронная культура: опыт философского анализа [Электронный ресурс] // Вопросы философии, № 5, 2013. – Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=753&Itemid=52; дата обращения: 18.03.2015.
2. *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. – Москва: Медиум, 1996. – 240 с.
3. *Бондаренко Е.А.* Технологии в сфере медиакультуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mediaeducation.ru/pub/bondarenko_2/tehnologija_000.htm; дата обращения: 14.04.15.
4. *Вакулич Н.Р.* Образование и личность в современном социокультурном пространстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://refdb.ru/look/2178682.html>; дата обращения: 09.05.15.
5. *Вартанова Е.* Медиа в постсоветской России: их структура и влияние // Pro et Contra. – Т. 5, № 4. – Российское общество и средства массовой коммуникации. – Осень, 2000. – С. 61-81.
6. *Возчиков В.А.* Философия образования и медиакультура информационного общества: автореф. дисс. ... док. филос наук: 09.00.11. – Санкт-Петербург, 2007. – 26 с.
7. *Елинер И.Г.* Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе. – Санкт-Петербург: Искусство России, 2010. – 278 с.
8. *Засурский И.И.* Масс-медиа второй республики. – Москва: МГУ, 1999. – 272 с.
9. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – Москва, ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
10. *Кириллова Н.Б.* Медиакультура: от модерна к постмодерну. – Москва: Академический проспект, 2005. – 448 с.
11. *Кривошеев В.В.* Электронная культура: необходимость междисциплинарного подхода к изучению // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта, № 6, 2013. – С. 77-81.
12. *Кузнецова Е.И.* Медиакультура в коммуникативном пространстве цивилизаций: монография – Нижний Новгород: ГОУ ВПО НГЛУ, 2008. – 272 с.
13. *Луман Н.* Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации. – Москва: Логос, 2005. – 280 с.
14. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. – Москва: Академический проект, 2005. – 496 с.
15. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. – Москва: Кучково поле, 2007. – 464 с.
16. *Музы XX века: Художественные проблемы средств массовой коммуникации / Отв. ред.: Н.М. Зоркая, Ю. Богомолов.* – Москва, Искусство, 1978.
17. *Негодаев И.* Информатизация культуры: Монография. – Ростов-на-Дону: ЗАО «Книга», 2003. – 320 с.
18. *Новые аудиовизуальные технологии: Учебное пособие / Отв. ред. К.Э. Разлогов.* – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 488 с.
19. *Савчук В.* Неизбежность медиафилософии [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk_inevitability/; дата обращения: 21.06.2015.
20. *Словарь русского языка: в 4-х т./ под ред. А.П. Евгеньевой.* – 2-е изд. исп. и доп. – Москва: Русский язык, 1981-1984. Т.4. 1984, 794 с.
21. *Современный словарь иностранных слов [сост. Н.М. Ланда].* – Москва: Рус. яз., 1993. – 740 с.
22. *Толковый словарь обществоведческих терминов. Н.Е. Яценко.* – Санкт-Петербург: Лань, 1999. – 528 с.
23. *Третьяков В.Т.* Теория телевидения: ТВ как неоязычество и как карнавал. Курс лекций. – Москва: Ладомир, 2015. – 660 с.
24. *Федоров А.В.* Медиаобразование: история, теория, методика. – Ростов: ЦВВР, 2001. – 708 с.
25. *Центр культуры и искусства «МедиаАртЛаб» [Электронный ресурс].* – Режим доступа: <http://www.mediaartlab.ru/books/>; дата обращения: 18.05.2015.
26. *Чельшева И.В.* Теория и история российского медиаобразования. – Таганрог: Кучма, 2006. – 206 с.
27. *Шамшин Л.Б.* Аудиовизуальная культура // Культурология. XX век: Энциклопедия. Т. 1. – Санкт-Петербург: Университетская книга, 1998.
28. *Шлыкова О.* Культура мультимедиа: Уч. пособие / МГУКИ. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 415 с.

Reference

1. Baeva L.V. Jelektronnaja kul'tura: opyt filosofskogo analiza [Jelektronnyj resurs] [Electronic culture: experience of the philosophical analysis [An electronic resource]] // Voprosy filosofii, № 5, 2013. – Rezhim dostupa: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=753&Itemid=52; data obrashhenija: 18.03.2015.

2. Ben'jamin V. Proizvedenie iskusstva v jepohu ego tehničeskoj vosproizvodimosti. [A work of art during an era of its technical reproducibility.] - Moskva: Medium, 1996. - 240 p.
3. Bondarenko E.A. Tehnologii v sfere mediakul'tury [Jelektronnyj resurs]. [Technologies in the sphere of media culture [An electronic resource]. - Access mode: http://www.mediaeducation.ru/pub/bondarenko_2/tehnologija_000.htm; data obrashhenija: 14.04.15.
4. Vakulich N.R. Obrazovanie i lichnost' v sovremennom sociokul'turnom prostranstve [Jelektronnyj resurs]. [Education and the personality in modern sociocultural space] [An electronic resource]. - Access mode: <http://refdb.ru/look/2178682.html>; data obrashhenija: 09.05.15.
5. Vartanova E. Media v postsovetskoj Rossii: ih struktura i vlijanie [Media in Post-Soviet Russia: their structure and influence.] // Pro et Contra. - V. 5, № 4. - Rossijskoe obshhestvo i sredstva massovoj kommunikacii. - Osen', 2000. - S. 61-81.
6. Vozchikov V.A. Filosofija obrazovanija i mediakul'tura informacionnogo obshhestva: avtoref. diss. ... dok. filos nauk: [Philosophy of education and media culture of information society: doc.phil sciences thesis 09.00.11. - Sankt-Peterburg, 2007.-26p.
7. Eliner I.G. Razvitie mul'timedijnoj kul'tury v informacionnom obshhestve. [Development of multimedia culture in information society.] - Sankt-Peterburg: Iskustvo Rossii, 2010. -278p.
8. Zasurskij I.I. Mass-media vtoroj respubliki. [Mass media of the second republic]- Moscow: MGU, 1999. - 272 p.
9. Kastel's M. Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura. [Information era: economy, society and culture.] - Moscow - GU VSE, 2000. - 608 p.
10. Kirillova N.B. Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu. - Media culture: from a modernist style to a postmodern.] - Moscow: Akademicheskij prospekt, 2005. - 448 p.
11. Krivosheev V.V. Jelektronnaja kul'tura: neobhodimost' mezhdisciplinarnogo podhoda k izucheniju [Electronic culture: need of interdisciplinary approach to studying// Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta, № 6, 2013. - P. 77-81.
12. Kuznecova E.I. Mediakul'tura v komunikativnom prostranstve civilizacij: monografija [Media culture in communicative space of civilizations: the monograph] - Nizhnij Novgorod: GOU VPO NGLU, 2008. - 272 p.
13. Luman N. Obshhestvo obshhestva. Chast' II. [Society of Society. P2] Media kommunikacii. - Moskva: Logos, 2005. - 280p.
14. Makljujen M. Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatajushhego [Galaxy of Gutenberg. Formation of the person printing.] - Moscow: Akademicheskij proekt, 2005. - 496p.
15. Makljujen M. Ponimanie media: vneshnie rasshirenija cheloveka. - Moskva: Kuchkovo pole, 2007. - 464 s.
16. Muzy HH veka: Hudozhestvennyye problemy sredstv massovoj kommunikacii [Muses of the XX century: Art problems of mass media]/ Otv. red.: N.M. Zorkaja, Ju. Bogomolov. - Moskva, Iskustvo, 1978.
17. Negodaev I. Informatizacija kul'tury: Monografija. [Information of Culture. Monograph]- Rostov-na-Donu: ZAO «Kniga», 2003. - 320 p.
18. Novye audiovizual'nye tehnologii: Uchebnoe posobie / Otv. red. K.Je. Razlogov. - M.: Editorial URSS, 2005. - 488 s.
19. Savchuk V. Neizbezhnost' mediafilosofii [Jelektronnyj resurs]. [Inevitability of media philosophy [An electronic resource]. Access mode: http://mediaphilosophy.ru/biblioteka/articles/savchuk_inevitability/; data obrashhenija: 21.06.2015.
20. Slovar' russkogo jazyka: v 4-h t./ pod red. A.P. Evgen'evoj. [Dictionary of Russian: in 4 vol.]/under the editorship of A.P. Evgenyeva.] - 2-e izd. isp. i dop. - Moscow: Russkij jazyk, 1981-1984. T.4. 1984, 794 p.
21. Sovremennyj slovar' inostrannyh slov [sost. N.M. Landa]. [Modern dictionary of foreign words]- Moscow: Rus. jaz., 1993. - 740 p.
22. Tolkovyj slovar' obshhestvedcheskih terminov. N.E. Jacenko. [Explanatory dictionary of terms. N. E. Yatsenko.] - Sankt- Peterburg: Lan', 1999. - 528 s.
23. Tret'jakov V.T. Teorija teledenija: TV kak neojazychestvo i kak karnaval. Kurs lekcij. [Theory of television: TV as Neopaganism and as carnival. Course of lectures.]- Moscow : Ladimir, 2015. - 660 p.
24. Fedorov A.V. Mediaobrazovanie: istorija, teorija, metodika. [Media education: history, theory, technique.]- Rostov: CVVR, 2001. - 708 p.
25. Centr kul'tury i iskusstva «MediaArtLab [Jelektronnyj resurs]. - [Center of culture and art "Mediaartlab] [An electronic resource]. - Access mode: <http://www.mediaartlab.ru/books/>; date of access: 18.05.2015.
26. Chelysheva I.V. Teorija i istorija rossijskogo mediaobrazovanija. [Theory and history of the Russian media education.] - Taganrog: Kuchma, 2006. - 206 p.
27. Shamshin L.B. Audiovizual'naja kul'tura // Kul'turologija. HX vek: Jenciklopedija. T. 1. [Audiovisual culture//Cultural science. XX century: Encyclopedia. T. 1.] - Sankt-Peterburg: Universitetskaja kniga, 1998.
28. Shlykova O. Kul'tura mul'timedia: Uch. Posobie [Culture of of multimedia. Manual] / MGUKI. - M.: FAIR-PRESS, 2004. -415 p.

Детско-юношеское и школьное телевидение как ресурс массового медиаобразования детей и подростков

Кузьмина Маргарита Витальевна,
кандидат педагогических наук, доцент кафедры предметных областей Кировского
областного государственного образовательного автономного учреждения
дополнительного профессионального образования «Институт развития образования
Кировской области», kuzminamv@gmail.com

Kuzmina Margarita Vitalievna,
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Subject
Fields of the Kirov Regional State Educational Autonomous Institution of Additional
Professional Education "Institute for the Development of Education of the Kirov Region",
kuzminamv@gmail.com

Кузьмин Алексей Игоревич
, телеоператор телестудии «Орленок-TV» Управления информации и связи с
общественностью Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения Всероссийский детский центр «Орленок», kulexi@yandex.ru

Kuzmin Alexey Igorevich,
the cameraman of the TV studio "Orlyonok-TV" of the Office of Information and Public
Relations of the Federal State Budget Educational Institution All-Russian Children's Center
"Orlyonok", kulexi@yandex.ru

Аннотация. Федеральный Государственный образовательный стандарт основного общего образования и профессиональный стандарт педагога предполагают умения создавать видеопродукты и телесюжеты для школьного телевидения учащимися и педагогами. Какое влияние оказывает эта творческая деятельность на медиаобразование детей и подростков?

Abstract. The federal state educational standard of basic general education and the professional standard of the teacher presuppose the ability to create video products and television sets for school television by students and teachers. What impact does this creative activity have on the media education of children and adolescents?

Ключевые слова: школьное телевидение, медиа, медиаобразование, кинообразование.

Keywords: school television, media, media education, film education.

Эпоха информационных технологий и медиатизации общества, актуальность развития и популяризации инженерных профессий, наряду с духовно-нравственным и культурно-эстетическим воспитанием молодежи, неразрывно связана с необходимостью медиаобразования школьников в студиях детского и юношеского медиатворчества.

Современная молодежь все активнее применяет для обучения, саморазвития, самореализации многочисленные мультимедиа, что актуализирует важность формирования медиакультуры молодого поколения авторов и потребителей аудиовизуальных мультимедийных ресурсов и формирование осознанного медиаповедения, ответственного отношения к вопросам медиатизации общества.

Развитие молодежного, детско-юношеского и школьного телевидения производит воспитательный и образовательный эффект, играющий важную роль в становлении нового понимания медиаобразованности и медиакультуры творческой молодежи.

Потребность в быстром восприятии и анализе большого объема информации, оперативность в принятии осознанных и ответственных решений, формирование собственной точки зрения и умение ее отстаивать в медиатеатральности – все это требует творческого медиавоспитания детей и подростков в условиях детско-юношеских и молодежных телестудий и медиациентров. Медиаобразование детей, как творческих личностей, умеющих нестандартно мыслить, видеть необычное в обычном, имеющих богатую фантазию, раскрывающих свой взгляд и свою точку зрения, продуцирующих

развитие новых медиа, чрезвычайно важны в настоящее время больших перемен, происходящих в нашей стране. Проанализируем актуальные вопросы медиадеятельности детско-юношеского и школьного телевидения и его роль в медиаобразовании детей и подростков.

Работа школьного телевидения позволяет детям и подросткам раскрывать свою индивидуальность, расширять кругозор, гармонично развивать умственные, физические, творческие способности, погружаться в мир прекрасного и инновационного, изучать правила смыслообразования и создания медиатекстового контента.

Развивая в ребенке творчество, важно понимать, что он многое воспринимает и видит не так, как взрослый человек, а по-своему, иначе. Поэтому, в процессе обучения и творческого воспитания необходимо исходить от задатков ребенка и потребностей в развитии его внутреннего мира, а не следовать стереотипам. Дети младшего возраста, участники школьных телестудий охотно включаются в выполнение функций корреспондента, формулируют вопросы и комментарии, учатся этике общения и написания закадрового текста, применению звукозаписывающей техники, осваивают другие сферы медитворчества (графика, живопись, stop-motion, анимация, музыка, видео, сторителлинг, разнообразные литературные формы), продуцируют креативные идеи и придумывают способы их реализации. Все происходит естественно и непринужденно, очень часто в процессе игры, где для ребенка важна самостоятельность, самопознание мира и его отражение в многочисленных медийных жанрах и видах деятельности. Это можно сочетать с обучением и общением, показом детям приемов, технологий, вариантов применения аудиовизуальной, звукозаписывающей и трансляционной техники. Медиатворчество разнообразно и исходит от безопасности ребенка в его деятельности и предоставлении ему простора для открытий, познания нового, созидания, анализа и исследования, взаимопонимания и заботы о ближних, об участниках команды.

Медиаобразование в современном мире - это формирование как культуры медиапотребления, так и культуры медиатворчества, что особо ценно в условиях социально-позитивной и ценностно-значимой созидательной медиадеятельности молодежи. Медиа способствуют росту и популярности инновационных направления профессиональной медиадеятельности (например, SMM и другие), формированию определенной точки зрения и жизненной позиции. Школьное телевидение не ограничивается сейчас созданием телесюжетов. Работы необходимо разместить в различных ресурсах (видеоканал школы, группы школы в социальной сети), написать аннотации к работам, разместить фотографии, полученные в процессе освещения данного события командой школьного телевидения, сопроводить публикации в социальной сети инфографикой, хэштегами, смайликами эмодзи.

Развитие медиаобразования тесно связано с изучением и применением важнейших классических приемов создания медийной информации корреспондентами, операторами, звукорежиссерами, монтажерами, режиссерами программ. В то же время важно и освоение новых технологий, сред публикации, аудиовизуальных, инженерно-технических, программных средств разработки, автоматизированных устройств (квадрокоптеры, трикастеры) и применение их в создании креативных телесюжетов. Данные нововведения оказывают влияние на всю деятельность участников медиаобразовательного процесса. Появляются и изучаются новые медиаконвергентные специальности в медиасреде, ориентированные как на гуманитарные знания и навыки, так и на умения, связанные с изучением точных дисциплин, информационных технологий и технических средств.

Учитывая немаловажность массового медиаобразования детей и подростков, динамичные изменения, которые происходят в развитии отечественного и зарубежного медиаобразования, в 2017 году Министерством образования и науки начата поэтапная работа по организации детского телевидения в каждой российской школе. Данный проект, по мнению министра Ольги Юрьевны Васильевой поможет школам выполнять свою основную функцию - воспитательную. Помимо отмеченных ранее функций, школьное

телевидение помогает в формировании межнациональной, межрелигиозной и других видов толерантности.

В рамках всероссийского проекта школьное телевидение должно прийти в каждую школу страны. «Первая часть этого телевидения - единая программа для всей страны, куда будут входить сюжеты на те темы, которые нас интересуют, прежде всего, воспитательного значения, новостные сюжеты», - говорила о концептуальной задумке проекта О.Ю. Васильева. Вторая часть инициативы должна быть посвящена освещению важных событий в жизни каждой отдельно взятой школы в нашей стране.

Планируется, что «в течение ближайших 5 лет, а потом и дальше» будет осуществляться проект «ТАСС детям». Его задача — вернуть в школу межнациональное согласие. «Это очень большое начало для детей разного возраста, потому что именно в детстве закладывается то чувство дружбы, плеча, уважения другу к другу, о котором мы говорим», — заключила министр. Источник: <http://минобрнауки.рф/новости/10465>.

Важная поддержка школьным телестудиям оказана социальным проектом компании Movavi, которая предоставила бесплатные лицензии на программы «Видеоредактор» и «Фоторедактор» для образовательных организаций России, работающих с детьми.

Актуальный инновационный проект для школьного телевидения разработан Лабораторией интеллектуальных технологий ЛИНТЕХ инновационного Центра Сколково. - SchoolSkills, <http://schoolskills.ru>. Он помогает школам организовать раннюю профориентацию и подготовку по широкому спектру компетенций, в числе которых «Мультимедийная журналистика». В проекте SchoolSkills используются передовые технологии от российских производителей и инновационные образовательные практики. Первый региональный чемпионат SchoolSkills в Кировской области состоится при поддержке Ресурсного центра робототехники при ИРО Кировской области в июне 2018 года по презентационным компетенциям «Мультимедийная журналистика», «Мобильная робототехника» и другим в рамках VI Межрегионального форума «МедиаРобоВятка». Рассмотрим **модели массового медиаобразования** для студий детско-юношеского и школьного телевидения.

Модель первая - введение в образовательных организациях *специального предмета*, ориентированного на реализацию и развитие медиаобразования в школе. Эта модель связана с медиаподготовкой учащихся в рамках регионального компонента в структуре федерального базисного учебного плана школы, к примеру, «Основы журналистики». Учебный предмет открывает возможности для создания мультимедийных (аудиовизуальных, интерактивных и других) ресурсов в условиях образовательной организации, как результата проектно-исследовательской деятельности конкретной личности или команды учащихся. Это может быть издание классной газеты, приложения к школьной газете, создание анимации, школьного телевидения, школьной фотостудии и т.д.

Модель вторая - введение *факультативных курсов* медиаобразовательной направленности, как вариантов организации эвристических, игровых, проблемных, проективных и других креативных форм медиадеятельности. Это расширение знаний по информатике и информационным технологиям, риторике, журналистике, тележурналистике, истории кино, телевидения, театра и другим предметам, предполагающим возможность активной интеграции медиаобразования, в том числе с элементами робототехники.

Модель третья - *интеграция медиаобразования через дополнительное образование* детей. Это кружковая деятельность в школах и организациях дополнительного образования, которая обеспечена программами, направленными на освоение учащимися медиaprостранства. Важно то, что в условиях дополнительного образования детей не существует жестких ограничений и регламентации способов и средств достижения целей медиадеятельности, а управление процессами медиатворчества учащихся можно оптимально сочетать с ориентацией на качество цели или качество самого процесса,

ведущего к достижению спрогнозированного и операционально заданного целевого результата.

Модель четвертая - интеграция медиаобразования в общеобразовательные предметы, связанные не только с информационными технологиями, но и с большинством гуманитарных и точных дисциплин. Интеграция элементов медиаобразования в учебные предметы продуцирует как активную практикоориентированную медиадеятельность (фото, радио, анимация, скрайбинг, сторителлинг и т.д.) в урочной и внеурочной деятельности (экспедиции, экскурсии, походы), так и анализ, критическую оценку мультимедиа ресурсов, прогнозирование их воздействия на ребенка.

Модель пятая – *школьный медиацентр* как медиаобразовательная среда образовательной организации, синтезирующая традиционную информационно-библиотечную (профессиональную) систему с современной мультимедийной, включающей возможности по разработке авторского медиаконтента. Это инновационная медиаконвергентная структура, активно взаимодействующая с разнообразными социальными институтами по вопросам культуры, образования и медиаобразования, медиабезопасности, экономики и другим, это среда, в которой формируются медиа и информационная культура учащихся.

Медиаторчество учащихся в детско-взрослом школьном медиацентре ориентировано на знакомство с лучшими примерами современных профессиональных образовательных медиа (просмотр телепередач, фильмов, «белых» сайтов), создание медийных продуктов, изучение и внедрение новых медиа в образовательную деятельность. Цель деятельности медиацентра - формирование медиаконвергентных умений современного школьника и нового уровня этико-экологического ноосферного медиавосприятия. Пример организации медиацентра «WIF-Media» гимназии 1409 г. Москвы <http://www.wifmedia.com>.

Варианты взаимодействия участников медиацентра (рисунок 1): руководитель или руководители – воспитанники, учителя, выпускники, родители - прямое взаимодействие. С участниками медиапроектов и подготовительной группой (начальные классы, дошкольники) взаимодействие опосредованное, работа осуществляется не только педагогом, но и детьми старшего возраста, которые выступают в качестве кураторов юных медийщиков.



Рисунок 1. Варианты взаимодействия участников медиацентра.

Структура медиацентра позволяет объединить разные возрастные категории участников медиапоектов (телевидение, радио, фото, газета, интернет ресурсы, игровые, научно-популярные, учебные фильмы, анимация), см. рисунок 2.



Рисунок 2. Возрастные категории участников медиапроектов.

Модель шестая – *медиахолдинговая модель* детского образовательно-оздоровительного центра, специализированной смены, специализированного школьного лагеря, а также школьного медиафорума или фестиваля. Например, межрегиональный форум школьных пресс-служб, лагерь юных журналистов «ЛЮЖ», летняя компьютерная школа «КоШко» в Кировской области, Всероссийские кинофестивали, конкурсы медиапродуктов и др. Модель медиаподготовки интересна тем, что ее участники – дети разных возрастов, старшеклассники (медиаидеры), имея определенные знания и опыт медиадеятельности, помогают младшим школьникам осваивать азы медиаобразования. Данная модель может интегрировать несколько направлений:

- детское телевидение, в том числе интернет вещание, а также выход на телевизионные каналы с детскими образовательными программами и участие в различных конкурсах;

- образовательное видео разных жанров: игровые, документальные, научно-популярные, социальные ролики, фотофильмы, видеолекции, видеоклипы, скринкасты, слайдкасты, видеокейсы, видео мастер-классы, видеопрезентации, видеооткрытки);

- анимация (рисованная, компьютерная, песочная, теневая, натурная, сканографии, Stop-Motion, 3D анимация);

- радио, подкастинг, в том числе интернет вещание;

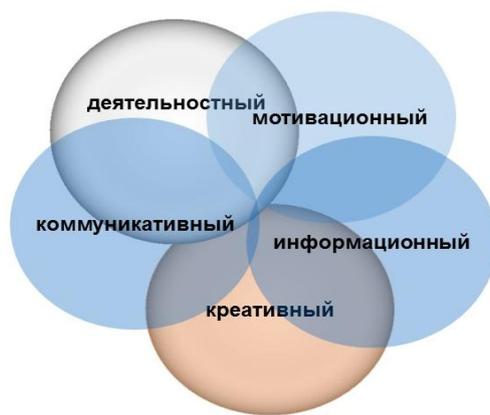
- фото, включая создание фотогазет, коллажей, фотоквестов, фотоблогов;

- газеты (интернет газеты, блог-газеты), альманахи, журналы, буклеты и т.д.

- интернет ресурсы (сайты, блоги, социальные сети, мультимедийные лонгриды, мультискрипты, скрайбинг, сторителлинг).

В процессе медиадеятельности школьника формируется ряд важных компетентностей ребенка, его ответственность, медиа и информационная культура, показатели которой представлены на рисунке 3.

Рисунок 3. Показатели медиа и информационной культуры школьника.



Влияние процесса создания учащимися медиаматериалов на формирование их медиакультуры представлено в таблице 1.

Таблица 1. Влияние процесса создания учащимися медиаматериалов на формирование их медиакультуры

Специфические составляющие процесса создания медиаматериалов школьниками	Развивающий эффект указанных составляющих	Показатели медиакультуры, формируемые под влиянием указ. состав
1. Использование понятий и терминов, связанных с миром медиа	Расширение понятийного аппарата школьников; систематизация знаний о закономерностях медиа	Информационный
2. Отношение к медиаторчеству как проекту	Реализация интересов и склонностей школьников в отношении к медиа	Мотивационный
3. Ориентация на аналитическое восприятие и критическую оценку медиадискурсов	Углубление в сущность медийной коммуникации, кросс-культурного подхода, командного принципа в создании медиа	Коммуникативный
4. Широкое использование медиатехники	Развитие навыков работы с медиатехникой	Деятельностный
5. Дифференцированный подход к школьникам с гуманитарным и техническим складом ума	Творческое самопознание; воплощение индивидуальности в креативных проектах	Креативный

Участие в создании мультимедийных продуктов характерная особенность современного информационного общества, поэтому школьники, выбирая какое-либо из медийных направлений, понимают, что им предстоит в равной степени овладеть разными умениями, но в дальнейшем, выбрать одно – наиболее предпочтительное. Взаимозаменяемость очень помогает педагогу в решении данной задачи.

Например, начинающий журналист не только учится писать заметки в газету, социальные сети или на сайт, но и делать к ним фотографии и фоторепортажи. Эти умения помогают ему знакомиться с композицией кадра и включаться в видеосъемку в качестве оператора. Закрепить знания о композиции кадра, крупности и других основных понятиях, увидеть какую роль играют эти знания при создании готового телесюжета, позволит участие самого оператора в монтаже снятой им работы. Таким образом, начав с написания печатных заметок, ученик переходит к созданию авторских телесюжетов.

Умения брать интервью, анонсировать и освещать события, повествовать о чем-то интересном и важном становятся универсальными навыками для газетного, интернет, радио и тележурналиста, который постепенно осваивает и другие смежные медийные профессии. Это не только формирует медиаконвергентные навыки школьника, но и помогает ему осуществлять различные социальные пробы. Медиаконвергентность – это не только взаимопроникновение медиа, но и активная интеграция инноваций глобального информационного пространства и медиатизированного общества, основные тренды которого связаны с эффектами технологической сингулярности в современном компьютеринге, обмене информации слов, цифр или того и другого одновременно.

Дети учатся писать, говорить, общаться, фотографировать, снимать, монтировать, писать закадровые тексты, озвучивать, верстать, различать особенности медиатекстов (для газеты, журнала, интернета, телевидения, радио), учитывать эти особенности при

создании работ. Они обучаются преобразовывать текстовую информацию в аудиовизуальную и наоборот. Освоив ряд умений, получив и закрепив основы теоретических знаний, можно переходить к творчеству по созданию сценариев и съемке других работ: игровых, научно-популярных и документальных фильмов.

Важную роль в медиадеятельности играет грамотность юного медийщика, которому нужно много читать, уметь красиво и правильно говорить, быть разносторонней личностью, иметь широкий кругозор, стремиться к постоянному саморазвитию и самообразованию. Важны знания о природе и обществе, о человеке, технике, науке, культуре своей страны, социокультурных, национальных, конфессиональных особенностях других стран и народов, умения вести межкультурные коммуникации, быть честным, порядочным, ответственным в информационном пространстве, уважать авторские права других и уметь защищать свои.

Участие школьников в создании различных медиатекстов способствует расширению их кругозора, формированию коммуникативных компетентностей, медиа и информационной культуры, медиаконвергентных умений, развивает навыки безопасного и сознательного медиаповедения, использования медиатизированной развивающей среды в самостоятельной образовательной деятельности.

Образовательная организация далеко не единственный источник знаний для современных школьников. Учитывая это, медиаобразование, реализуемое в различных формах в общем и дополнительном образовании стимулирует саморазвитие и творческую самореализацию ребенка, который учится гармонично сочетать информацию из различных источников, критически ее оценивать, анализировать, обрабатывать, применять, создавать собственные мультимедийные продукты.

Стратегии медиаобразования в современном высокотехнологичном и медиатизированном обществе подкреплены рядом нормативных документов, которые позволяют развивать и внедрять социально значимые инновации в образовании. Медиаобразование, как направление стратегического развития нашей страны реализуется опытными педагогами практиками и молодыми креативными медиапедагогами, которые вырастают в процессе в школьных студиях детского и юношеского медиаторчества.

В 2018 году вопросы медиаобразования активно обсуждаются на высоком уровне, как важные и актуальные:

- 3.04.2018 г. в Общественной палате РФ на круглом столе «Кинообразование и медиапедагогика в дополнительном образовании детей и молодежи» был представлен доклад «Медиаобразование в России на современном этапе», в основу которого положено исследование, выполняемое при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований – РФФИ в рамках научного проекта № 18-013-00022: «Массовое медиаобразование в странах СНГ (1992-2020)». Организатор круглого стола - Комиссия ОП РФ по развитию образования и науки.

- 16.06.2018 г. в Общественной палате РФ на круглом столе «Социокультурное воспитание детей и молодежи средствами кинематографии» предложено создать виртуальный кинотеатр с лучшими детскими и семейными фильмами. «Кинопедагогика, как я ее понимаю, включает в себя три основных раздела: воспитание на уже готовом кино, создание кино детьми и их воспитание в этом процессе, а также обучение самих педагогов», - сказала член Комиссии Общественной палаты РФ Элина Жгутова. Было отмечено, что детей сегодня фактически воспитывает интернет: родители заняты на работе и не уделяют достаточно времени воспитанию, школа не осуществляет воспитание, а функционирует как поставщик знаний для ребенка. Восполнить пробел духовно-нравственного воспитания подрастающего поколения, отвлечь детей от интернета призвана новая форма воспитания вечных ценностей через искусство - кинопедагогика. Кинопедагогика - это воспитание нравственной личности средствами кинематографии, которая остается для современных подростков наиболее популярным искусством. Так, знания о мире, культуру отношений, героев, которым подражают, подростки берут из мира

кино как практику, программу, которая поможет привнести в российское образование воспитательную составляющую.

- 4-8.06.2018 г. в Ханты-Мансийске на Международной конференции «Информация и коммуникация в цифровую эпоху: явные и неявные воздействия» в рамках X Международного IT форума под эгидой и в сотрудничестве с ЮНЕСКО. Проведение конференции – это вклад Российской Федерации в реализацию главной программы ЮНЕСКО в области коммуникации и информации – Межправительственной программы ЮНЕСКО «Информация для всех». Конференция призвана содействовать сокращению разрыва между темпами развития в сфере информации, коммуникации и соответствующих технологий и возможностями осмысления изменяющейся реальности наукой и обществом и, соответственно, возможностями влияния на вектор и характер прогресса.

Литература

1. Кузьмина, М. В. Формирование медиакультуры учащихся в процессе создания ими образовательных видеоматериалов [Текст]: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Москва – 2014.
2. Кузьмина, М. В. Машарова, Т. В. Как создавать видеопродукты и телесюжеты для школьного телевидения? // Народное образование: научно-методический журнал № 5, 2015, стр. 172-176.
3. Кузьмина, М. В. Пять моделей помогут реализовать медиаобразование в начальной школе // Справочник классного руководителя [Электронный ресурс]: научно-методический журнал №12, 2017: <http://e.klass-ruk.ru/> <https://e.klass-ruk.ru/article.aspx?aid=604460> Изд. МЦФЭР, медиагруппа «Актион-МЦФЭР».
4. Кузьмина, М. В. Модели реализации медиаобразования в образовательном кластере региона / Образовательный кластер региона: синтез обучения и личностного развития [Текст]: материалы Межрегиональной научной конференции. 24-25 мая 2017. Международный восточно-европейский университет. ЧОУ ВО «Восточно-Европейский» институт». – Ижевск: Информационно-издательский центр «Бон Анца», 2017. — 282 с. Стр. 34-61
5. Кузьмина, М. В., Машарова, Т. В., Интеграция робототехники и медиаобразования как ресурс творческого воспитания в студиях детского и юношеского медиатворчества / Социальное партнерство в творческом воспитании подрастающего поколения в системе дополнительного образования Кыргызской Республики [Текст]: материалы VII Международной научно-практической конференции Иссык-Куль. 17 - 20 июля 2018 года. Кыргызская Республика, Иссык-Кульская область. Ярославский педагогический вестник = Yaroslavl pedagogical bulletin: научный журнал. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2018. – № 4. – 391 с. Стр. 156-163.

Роль фестиваля «Душа России» в формировании преемственных и новых ценностей в тематике любительского видеотворчества в постперестроечный период

Хилько Николай Федорович

доктор педагогических наук, доцент.

Сибирский филиал Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева
ФГБОУ ВПО «Омский государственный университет
им. Ф.М. Достоевского»

Генова Нина Михайловна

доктор культурологии, доцент.

ФГБОУ ВПО «Омский государственный университет
им. Ф.М. Достоевского»
fedorovich59@mail.ru

Аннотация: Актуальность статьи обусловлена важным культурно-формирующим значением фестиваля «Душа России» и его влияния на видеотворчество в современной культурной среде Омского Прииртышья. Цель работы: проанализировать сущность влияния фестиваля на развитие современного любительского видеотворчества. Материалом статьи послужил многолетний опыт деятельности различных творческих объединений видеотворства и любительских кинофестивалей Омского Прииртышья. При этом использовались методы сравнительного и аксиологического анализа. В результате получены: функции фестиваля, направления развития фотовидеотворчества, тенденции их современного развития, преемственные инновации в деятельности фото- и видеостудий, соотношение традиций и инноваций по названиям видеороликов; соотношение традиционных, преемственных и инновационных ценностей в тематике произведений видеотворчества. Выводы исследования:

- под влиянием фестиваля «Душа России» в любительском видеотворчестве сформировалось две группы преемственных ценностей: просвещенность и природно-экологическая ценность;
- вместе с тем, в свою очередь, сформировалась иная преемственность между уже преемственными и новыми ценностями;
- следует констатировать наличие совершенно новых созидательной, этнокультурной, валеологической и сакральной ценностей, которые несут в себе важный гуманистический и общечеловеческий смысл.

Ключевые слова: функции фестивального движения, любительское фото-, видеотворчество; направления развития фото-, видеотворчества; тенденции современного развития, традиционная и инновационная тематика видеофильмов, традиционно востребуемые, преемственные и инновационные темы; традиционные, преемственные и новые ценности.

Role of the Soul of Russia festival in formation of successive and new values in scope of amateur video creativity during the post-perestroika period

Hilko Nikolay Fedorovich

doctor of pedagogical sciences, associate professor.

Siberian branch of the Russian
research institute of cultural and natural heritage of D.S. Likhachev
FGBOU VPO "Omsk state university
of F.M. Dostoyevsky"

Genova Nina Mikhaelovna

doctor of cultural science, associate professor.

FGBOU VPO "Omsk state university
of F.M. Dostoyevsky"
fedorovich59@mail.ru

Abstract. The relevance of article is caused by the important cultural creating value of the Soul of Russia festival and its influence on video creativity in the modern cultural environment of the Omsk Priirtyshje. Operation purpose: to analyze an entity of influence of a festival on development of the modern amateur video creativity.

Long-term experience of activities of different creative associations of a video creativity and amateur film festivals of the Omsk Priirtyshje served as material of article. At the same time methods of the comparative and axiological analysis were used. As a result received: functions of a festival, the direction of development of photo- video creativity, a tendency of their modern development, successive innovations in activities photo and videostudios, a ratio of traditions and innovations according to names of videos; a ratio of traditional, successive and innovative values in subject of works of video creativity. Research outputs:

1. Under the influence of the Soul of Russia festival in amateur video creativity two groups of successive values were created: culture and natural and ecological value.
2. At the same time, in turn, other eligibility between already successive and new values was created.
3. It is necessary to state presence of absolutely new creative, ethnocultural, valeological and sacral values which bear in themselves an important humanistic and universal sense.

Keywords: functions of festival movement, amateur photo, video creativity; directions of development photo, video creativity; tendencies of the modern development, traditional and innovative subject of videos, traditionallion, successive and innovative subjects; traditional, successive and new values.

Фестиваль «Душа России» (1992-1998 гг.) является уникальным творческим явлением Омского региона в культурном пространстве России. Идея этого творческого проекта принадлежит нашему соотечественнику, певцу и общественному деятелю Александру Васильевичу Шахматову [11].

В Омске она была поддержана местными органами власти, культурным центром сибирского казачества, учреждениями культуры г. Омска и области. Фестиваль «Душа России» возник на гребне подъема русского национального самосознания после распада СССР и выполнил свои задачи: содействие стабилизации общества в ходе его постперестроечного развития, подъем самосознания нации через творчество, основанное на возвращении к отечественным культурным истокам и традициям [5, с. 331].

Первый фестиваль, открывшийся 1 ноября 1992 г., стал великолепным праздником. Посвященный 600-летию Сергия Радонежского (1992), фестиваль создал атмосферу особого фестивального братства и гражданского согласия.

Организаторам последующих фестивалей удалось перевести его в межнациональную, полиэтническую плоскость, сохранив общую духовно-творческую атмосферу. Изначально фестиваль имел статус всероссийского, однако с 1999 г. утвердился как областной. Поддерживая пожелания участников фестиваля и жителей Омской области было принято решение проводить подобные культурные акции в Омском Прииртышье каждые два года. Каждый фестиваль русской культуры «Душа России» самобытен и имеет свою направленность. Второй фестиваль (1994) был посвящен 775-летию со дня рождения Александра Невского, третий (1996-1998) 175-летию Ф. М. Достоевского и 280-летию г. Омска. Девятый фестиваль (2008-2010) – 65-летию Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. и прошел под девизом «Созидание и творчество – на благо Омского Прииртышья, во имя процветания Отечества!» [2].

Большие надежды испытывали организаторы фестиваля на усиление значимости этнокультурных и духовных ценностей в жизни горожан. Об этом говорилось в преддверии мероприятия: «Если фестиваль даст всходы любви к своему Отечеству, желание творить на ниве русской культуры и ценить свое родное, неземное, зависит труд и волнение его организаторов не напрасны» [1, с.4]. В этом высказывании, как и в самом фестивале, имманентно содержится совокупность патриотических, сакральных, этнокультурных, созидательных и духовно-нравственных ценностных оснований фестиваля, которые, как мы увидим дальше, нашли большое отражение в кинофестивальном движении Омского Прииртышья в дальнейшем.

Благодаря фестивалю «Душа России» в Омске и области начали возобновляться старинные ремесла, создаваться школы народных умельцев, возрос интерес к фольклору. Праздники русской культуры дополняются декадами и праздниками национальных культур других народов, проживающих на сибирской земле [9]. Программа каждого фестиваля обширна и насыщена различными жанрами профессионального и

самодеятельного творчества. В ее основе три составляющих: отечественная классика, духовная музыка и народное искусство [10].

В соответствии с этим «*Душа России*» включает в себя несколько фестивалей и конкурсов. Имя фестиваля стало своеобразной эмблемой, визитной карточкой культурной жизни Омской области. За годы своего существования фестиваль стал неотъемлемой частью культурного пространства региона, мощным стимулом развития народного творчества, символом возрождения духовности, воспитания патриотизма и уважения к народным традициям [3].

В соответствии с распоряжением Правительства РФ фестиваль «*Душа России*» включен в план основных мероприятий, связанных с подготовкой и проведением празднования 300-летия основания г. Омска, в 2015-2016 гг. планируется его проведение в формате всероссийского фестиваля.

Функциональный анализ роли фестиваля «*Душа России*» на развитие региональных инициатив в сфере фото-, или видеотворчества показал наличие четырёх функций: социально-психологической, этнохудожественной, стимулирующей и пропагандирующей, которые проявились в фото-, видеотворчестве в следующих направлениях развития (см. табл. 1).

<i>№</i>	<i>Функции фестиваля</i>	<i>Направления развития фотовидеотворчества</i>
1.	Социально-психологическая	Создание духовно-творческой атмосферы в среде фото-, видеолюбителей
2.	Этнохудожественная	Включение произведений фото-, видеотворчества в программу фестиваля
3.	Стимулирующая	Стимулирование народного творчества в сфере фото- и киноискусства
4.	Пропагандирующая	Пропаганда традиционной культуры россиян через кино- и фотопроекты.

Табл. 1. Функции фестиваля «Душа России» и направления развития фото-, видеотворчества.

Отечественное фото- и кинолюбительское студийное, клубное и фестивальное движение XX века, в котором участвовали «продвинутые» фото- и кинолюбители, в 90-е годы распалось, *лишившись государственной и профсоюзной поддержки*, а фото- и кинолюбители вынуждены были заниматься коммерческой деятельностью, снимая юбилеи, праздники по заказу. Во второй половине 90-х годов появились негосударственные коммерческие фото- и киношколы, курсы, институты, академии (например, Академия фотографии Москва 1997 г.). Они повышали фотографическую культуру и помогали определиться в плане приложения творческих сил [4].

При этом развитию кино-, фотолюбительства были свойственны следующие *тенденции современного развития*.

1. Преимущественное сочетание двух технологий в занятиях фото-, и видеотворчества. Например фотовидеостудия «Артхаус» Омской областной станции юных техников (рук. А. Москаленко).

2. Организация творческих объединений и студий фото-, и видеотворчества при непрофильных учреждениях (библиотеках, центрах, музеях, в школах, реабилитационных центрах и т.д.. Например, Тарские видеолюбители победили в конкурсе буктрейлеров «Чтение вдохновляет [6]. При Куликовской сельской библиотеке Калачинского района Омской области существует творческое объединение «Клик», члены которого сняли буктрейлер по повести А. Куприна «Олеся», который стал участником областного фестиваля буктрейлеров «Чтение вдохновляет!» [8].

3. Смена очных форм обучения на дистанционные и Интернет-обучение.

4. Возрождение фестивального движения за счет внестудийных участников, так называемых доместифицированных («домашних» и семейных) любителей.

5. Появление многих новых форм видеопрезентаций и видеопоздравлений. Ю приуроченных к различным культурным мероприятиям.

6. Появление новых множественных форм поддержки со стороны Фондов культуры, творческих союзов, общественных организаций, социального предпринимательства, спонсоров, некоммерческого партнёрства и т.д.

Какие же традиции за время фестиваля сохранились и сформировались в сфере фото-, видеотворчества? Ответ на это вопрос дают *преемственные инновации в деятельности фото- и видеостудий* в период проведения данного фестиваля.

1. Работа традиционных фото- и видеостудий.
2. Фото- и видеопроекты в поддержку русской культуры и народных традиций. Проведение костюмированных фотосессий.
3. Проведение местных фотоконкурсов к Дням районного и общероссийского календаря.
4. Проведение областных конкурсов фотолюбителей.
5. Экспонирование коллекций старинной фототехники в районных и городских музеях.
6. Участие и проведение интерактивных выставок с аудиовизуальным материалом от инициативных групп любителей.
7. Участие в конкурсах буктрейлеров.
8. Создание наборов фотооткрыток видов городов, любительских фотопроизведений на инициативной основе.
9. Оформление творческих инициатив в культурные проекты областного и межрегионального масштаба.
10. Приоритетная съемка документальных видеофильмов и фильмов-реконструкций истории.
11. Проведение конкурсов рисунков, приуроченных к мультипликации и создание на их основе детских мультфильмов.

Далее рассмотрим, как соотносятся традиции и инновации в тематике фильмов и фотографий на областных и межрегиональных фестивалях и конкурсах? Ответ на это вопрос могут дать данные о *тематике произведений* видеотворчества, представленных на конкурс «Моя Родина - Сибирь» в г. Тюкалинске в 2016 г., оценка которых членом жюри Н.Ф. Хилько была представлена в баллах по 26-балльной системе (см. табл. 2).

№	Традиционная тематика	Баллы	Инновационная тематика	Баллы
1.	Красота природы родного края: фильм «Первоцвет»	18	«Он-лайн: школа кинограмотности»	12
2.	Народное творчество: «Путь к успеху»	18	След в истории малой Родины, родного края и страны: «Память жива»	15
3.	Моя малая родина: «Сказ о граде Тарском», «С чего начинается Родина», «Мы лучше города не знаем», «На краю Ойкумены» (Хабаровск), «По родному поселку» (Кормиловка), «Вся моя жизнь – здесь» (Большие Уки)	20/ 24/ 17/ 20/ 18/ 23	Видеореконструкция истории: «Девять минут в богатырской заставе» (г. Колывань Новосибирской обл.), Колывань ремесленная»	22/ 22
4.	Видеопутешествие: «От Иртыша до Оби» (г. Куйбышев Новосибирской обл.)	23	Путь к храму, <i>видеопроповеди, восстановление храмов</i> : «Необычный священник» (г. Канск, Красноярского	23/ 24/ 20

			края); «Живущая в вечностях» (Новотроицкое Омского района), «Каракалинский бор».	
5.	Мир природы и животных: «Большереченский зоопарк»	24	Экологическая тематика: Фильм о бездомных животных; экологическая сказка	24 /13
6.	Народные праздники и обряды – «Масленица», «Детский фестиваль национальных культур», «Крещенская ночь»	26/22	Память сердца: заброшенные деревни – «Моя родина – Буслы»	26
7.	Тема Великой Отечественной войны: «Битва за Москву»; «Сильные и слабые» (О жизни женщин в годы Великой Отечественной войны)	18	Пропаганда литературного краеведения: «Омские писатели для детей»	21
8.	Освоение космоса: «Как люди стали летать»	13	Рассказ о супергерое: «Расскажем о герое»	18
9.	Фильмы о дружбе: «Настоящие друзья»	17	Нет преемственной темы	
10.	Нравоучения и кинопритчи: «Правила поведения для воспитанных детей»	19	Нет преемственной темы	
11.	Детские шалости и развлечения, дестей отдых: «Приключения в каникулы», «Кино о лете в Исилькульском детском оздоровительном лагере».	23	Нет преемственной темы	
12.	Жизнь семьи: «Путь к успеху моей мамы», «Мое семейное счастье»	24/18	Нет преемственной темы	

Табл. 2. Соотношение традиций и инноваций по названиям видеороликов , представленных на конкурс «Моя Родина- Сибирь» в г. Тюкалинске в 2016 г.

Как видно из таблицы 2, остаются традиционно востребуемыми, хотя и с небольшими баллами, среди современных видеолюбителей темы: Великой Отечественной войны (18), освоения космоса (13), нравоучения и кинопритчи (19). Более высокую оценку получили традиционные темы детских шалостей и развлечений (23) и жизни семьи (18, 24). Больше всего фильмов было на тему о малой Родине, которая остается самой во требуемой и актуальной в малых городах и райцентрах: Моя малая родина: «Сказ о граде Тарском», «С чего начинается Родина», «Мы лучше города не знаем», «На краю Ойкумены» (Хабаровск), «По родному поселку» (Кормиловка), «Вся моя жизнь – здесь» (Большие Уки) (17-24 балла). Нужно сказать, что фильмы о малой Родине перекликаются с профессиональными лентами, например с кинофильмом о Таре, снятом в 1994 году Омский отделением Западно-Сибирской студии телевидения (реж. Г. Гвоздарев, В. Рубаха) к 400-летию юбилею города [7].

При этом в тематике произведений фото-, видеолюбителей преобладают три ряда традиционных и инновационных тем по 6 в каждой, между которыми прослеживаются черты преемственности с возрастающей оценкой: от природы и мира животных – к их экологии (18-24), от гражданско-патриотических сюжетов – к видеореконструкции (20-22), от видеопутешествий - к заброшенным местам России (23-26).

Интересны и инновационные подходы к отражению в видеороликах современной жизни, например, видеореконструкции : «Девять минут в богатырской заставе» (г. Колывань Новосибирской обл.), Колывань ремесленная» (по 22 балла). Злободневной остается возрожденческая тематика по отношению к вере и религии: Путь к храму, видеопроповеди, тема восстановления храмов: «Необычный священник» (г. Канск, Красноярского края); «Живущая в вечностях» (Новотроицкое Омского района),

«Каракалинский бор». Чувствуется обновление и расширение экологической тематики: от традиционно бережного отношения к природе и животным к проявлениям интереса видеолюбителей к заброшенным местам и деревьям, бездомным животным (24,13). Появляются и блоки совершенно инновационных тем: по медиаобразованию - «Он-лайн: школа кинограмотности» (12) и «Путь к храму» (23), появление которых объясняется как бы веянием времени. Появляется новая тема по пропаганде литературного краеведения: «Омские писатели для детей» (21). Вместе с тем не перестает быть популярной тема экстремальных героев и ситуаций, в частности, рассказ о супергерое: «Расскажем о герое» (18).

Итак, мы имеем среди видеолюбителей традиционно востребуемые, преемственные и инновационные темы, которые отражают в себе формирующийся ряд из 15-ти ценностей: 1. эстетические ценности, 2. образованность, 3. просвещенность, 4. природно-экологические, 5. духовно-экологические, 6. сакральные, 7. гражданско-патриотические, 8. военно-патриотические, 9. созидательные, 10. духовно-нравственные, 11. семейные, 12. этнокультурные, 13. духовно-религиозные, 14. мемориальные, 15. валеологические. Данный ряд может быть разделен на три группы: 1. традиционно сохраняющиеся ценности, видоизмененные преемственные и совершенно новые ценности, привнесенные новым временем и новым поколением видеолюбителей через свое творчество.

№	Традиционные ценности	Преемственные ценности	Новые ценности
1.	эстетические		созидательные
2.	просвещенность -	образованность	этнокультурные
3.	природно-экологические -	духовно-экологические -	духовно-религиозные
4.		сакральные -	мемориальные
5.	гражданско-патриотические		валеологические
6.	военно-патриотические,		
7.	духовно-нравственные		
8.	семейные		

Табл. 3. Соотношение традиционных, преемственных и инновационных ценностей в тематике произведений фото-, видеотворчества.

Как видно из таблицы 3, в результате анализа выявляется, что в тематике фестиваля преобладают традиционные ценности (их 7): 1. эстетические ценности, 2. просвещенность, 3. природно-экологические, 4. гражданско-патриотические, 5. военно-патриотические, 6. духовно-нравственные и 7. семейные.

При этом, к сожалению, ростки преемственности дали только две группы ценностей: просвещенность привела к формированию ценности образованности, а природно-экологическая ценность – к духовно-экологической. Обнаружилась также эксклюзивная сакральная группа ценностей, которая не имеет исходного преемственного звена.

Вместе с тем, в свою очередь, сформировалась иная преемственность между уже преемственными и новыми ценностями: духовно-экологическими и духовно-религиозными, сакральными и мемориальными ценностями. Следует констатировать наличие совершенно новых созидательной, этнокультурной и валеологической ценностями, которые несут в себе важный гуманистический и общечеловеческий смысл.

Литература

1. Васильева, С. Россия вечна как вечны солнце и земля. Интервью с Н.М. Геновой // Тарское Прииртышье. 20 января 1994 г. - с. 4.
2. Генова, Н. М. Свет и красота русской культуры / записала С. Кулыгина // Омский вестник – 1994. – 6 июля.
3. Генова, Н. М. Фестивали народного творчества как форма пропаганды этнокультуры и духовно-исторического наследия Сибири / Н. М. Генова // Народная культура Сибири. – Омск, 2002. – Ч. 1. – С. 155-164.
4. Гук, А.А. История кино-, фотолюбительства / А.А. Гук. М., 2002 г.
5. «Душа России», Всероссийский фестиваль русской культуры // Энциклопедия Омской области. – Омск, 2010. – Т. 1. – С. 331.
6. Ефремов, А. Победа любителей. // Тарское Прииртышье. 15 декабря 2016 г.
7. Иванов, А. Новый фильм – к юбилею // Тарское Прииртышье. 20 января 1994 г.
8. Сергеев, А. Фестиваль в действии // Сибиряк. Калачинск. 16 декабря 2016 г.
9. Фестиваль «Душа России» // Омская культура: время созидания: [Альбом]. – Омск, 2009. – С. 64-67.
10. Шалак, В. Фестиваль: дорогами потерь и обретений // Веч. Омск. – 1994. – 3 нояб.
11. Шахматов, А. В. О Первом фестивале «Душа России» в Омске [Электронный ресурс] // Движение за возрождение отечественной науки. – [2009]. – Режим доступа: <http://www.za-nauku.ru> (Дата посещения сайта 01.05.2018 г.).

Профильная смена как форма медиаобразовательной деятельности

Specialized summer camp as a form of media education

Юмашева Наталья Владимировна,
методист МБУ ДО «Барнаульский городской детско-юношеский центр»,
главный редактор краевой детско-юношеской газеты «Сами»,
кандидат педагогических наук
umna@inbox.ru

Natalya Yumasheva
methodologis of Barnaul municipal children and youth cente,
chief editor of Children and youth newspaper «Sami»,
candidate of Pedagogic Sciences

Аннотация. В статье рассматривается организация медиаобразовательной работы с детьми в условиях профильной смены в летнем оздоровительном лагере. Автор представляет опыт краевой детско-юношеской газеты «САМИ» (Россия, Алтайский край), которая ежегодно проводит профильную смену в живописных местах и осуществляет интенсивное обучение подростков информационным технологиям.

Ключевые слова: информационное общество, ювильная журналистика, детско-юношеская газета, медиаобразование, информационные технологии.

Abstract. The article is devoted to the organization of media educational work with children in the conditions of specialized summer camp. The author presents the experience of the editorial board of the regional children's and youth newspaper SAMI (Russia, Altai Region), which annually organizes specialized summer camp in picturesque places and carries out intensive training of teenagers in information technologies.

Keywords: information society, juvenile journalism, children and youth newspaper, media education, information technologies.

Краевая детско-юношеская газета «Сами» была создана как творческое объединение Барнаульского городского детско-юношеского центра более 27 лет назад, ее авторами являются школьники Алтайского края, выбирающие журналистику в качестве будущей профессии и в практической деятельности осваивающие ее основы. Педагогический коллектив редакции организует редакционно-издательский и учебно-воспитательный процесс, осуществляя взаимодействие как в очном режиме с юными авторами, живущими в Барнауле и регулярно посещающими редакцию, так и в дистанционном формате со школьниками, проживающими в других населенных пунктах региона.

Начиная с 1999 года, под руководством Министерства образования и науки Алтайского края редакция ежегодно проводит «Журналистский пленэр» – профильную смену, участниками которой становятся как юные авторы «Сами», так и школьники, пробующих свои силы в журналистике, занимаясь в творческих коллективах учреждений дополнительного образования, публикуясь в школьных газетах, сотрудничая с районными, городскими, региональными СМИ. Общее число участников смены «Журналистский пленэр» – 100-150 учащихся, в ней регулярно принимают участие делегации юных журналистов из других регионов.

Профильная смена проводится в живописных местах Алтайского края и является инновационной формой довузовской профессиональной подготовки школьников, основанной на современных педагогических методиках и психотехнологиях. Программа предусматривает соединение активного отдыха на природе с интенсивным обучением по игровым и тренинговым методикам. Работа в «полевых» условиях позволяет педагогам принять непосредственное участие в создании юными авторами журналистских материалов. В повседневной деятельности газеты «Сами» даже авторы, живущие в Барнауле и лично посещающие редакцию, лишь обговаривают с педагогом тему будущей публикации (получают редакционное задание либо сами проявляют инициативу в выборе

темы) и в дальнейшем приносят уже готовый текст, который обсуждают и редактируют вместе с педагогом. Основные этапы создания публицистического текста – сбор материала, написание текста – происходят за пределами редакции. Юный автор предоставлен сам себе: некому подсказать, на что лучше обратить внимание во время освещаемого события, не с кем посоветоваться, как эффективнее начать текст, как выстроить повествование и т. п. Педагог имеет возможность подключиться к творческому процессу только тогда, когда текст уже написан и его нужно, в лучшем случае, корректировать, в худшем – в значительной мере переделывать. Авторы, живущие за пределами Барнаула, и вовсе лишены возможности личного общения с педагогом: все взаимодействие осуществляется посредством электронной почты либо социальных сетей.

Потому основной задачей «Журналистского пленэра» стало вырвать школьников хотя бы на несколько дней из всего, что не связано с творчеством, получить возможность вместе с ними наблюдать, переживать происходящее и находиться рядом, когда полученные впечатления начинают выливаться на бумагу (воплощаться в теле- и радиосюжетах), чтобы иметь возможность что-то аккуратно подсказать, направить движение творческой мысли, если она вдруг затормозила или «заблудилась». И главное – насытить творческих людей впечатлениями, открытиями, удивлениями, наконец, чтобы в основу их произведений легли сильные, яркие впечатления – которых так много в Горном Алтае: и красота окружающей природы, и азарт покорения вершин и преодоления себя, и проверка человеческих отношений и личностных качеств, когда жизнь становится непохожей на привычную обыденность.

Программа «Журналистского пленэра» предполагает ежедневные походы, поездки, экскурсии, они ориентированы на то, чтобы познакомить школьников с наиболее интересными, природными объектами, помочь им испытать радость от общения с природой, восхититься ее красотой. Горный Алтай предоставляет для этого массу возможностей. Можно с уверенностью утверждать, что наиболее яркими и эмоционально насыщенными эти впечатления становятся в процессе их творческого осмысления: при попытке запечатлеть увиденное и пережитое на бумаге, на фотопленке, в телесюжете, в радиорепортаже. Потому смело можно считать такую организацию времяпрепровождения подростков одной из наиболее эффективных форм и их патриотического воспитания, и формирования экологического мышления, и развития мотивации к здоровому образу жизни.

В рамках пленэра юные журналисты знакомятся не только с природой Алтая, но и с его историческим прошлым, с его сегодняшним днем, с людьми, этот сегодняшний день делающими таким, какой он есть. Все эти многогранные впечатления ложатся в основу журналистских материалов. Самое ценное то, что некоторые из них оказываются действенными. «Журналистский пленэр» помогает ребятам почувствовать свою ответственность за землю, на которой живут, понять, как хрупко и беззащитно многое из того, что их окружает, поверить в собственные силы, в возможность отстаивания добра, красоты, справедливости.

В ходе «Журналистского пленэра» каждый его участник получает значительный опыт профессионального творчества: каждый день на пленэре издается газета, выходит выпуск теленовостей, создается радиопрограмма, все участники последовательно пробуют свои силы в работе над различными по своей природе медиапродуктами.

Опыт работы демонстрирует успешность использования в организации учебно-воспитательной деятельности в ходе смены специфических методов мотивационного программно-целевого управления – методологии, разработанной профессором Алтайской педагогической академии И. К. Шалаевым. Одной из специфических управленческих процедур МПЦУ является создание стимульных ситуаций, обуславливающих формирование целостного мотивационного комплекса [2; с. 28]. В частности, речь идет о создании ситуации критической самооценки – генерировании такой совокупности социально-психологических обстоятельств заключение, при которых члены коллектива

видят себя как бы со стороны с обнаженными достоинствами и недостатками, влияющими на общественно ценное и лично значимое содержание совместной деятельности.

Практическая направленность работы по созданию медиапродуктов разного типа обуславливает использование педагогами форм работы, свойственных редакционно-издательскому процессу. Одной из ключевых форм работы становится планерка, это по сути дела групповое занятие, содержанием которого является выбор тем для номера газеты, планирование теле- или радиопрограммы, одним словом, – распределение редакционных заданий, в дальнейшем – анализ и корректировка хода работы, контроль готовности отдельных материалов и, наконец, анализ вышедшей программы, изданного номера газеты. В ходе этой работы выявляются лидеры, которые наиболее отчетливо формулируют актуальные вопросы, самостоятельно предлагают формы работы над избранной проблемой, берутся за выполнение сложных и ответственных заданий. Таким образом, членам творческого коллектива естественно и ненавязчиво предьявляется норма-образец, создаются условия для того, чтобы каждый смог увидеть себя со стороны, сопоставляя результаты своей работы, свои достижения и неудачи с результатами других.

Самый главный мотивирующий фактор – это реальная деятельность. Публикация материалов на пленэре неизбежно рождает «обратную связь». Действенность публикаций, понимание, что СМИ дает реальную возможность изменить окружающую действительность – самая эффективная мотивация к действию.

«В процессе работы с детьми на тренингах, мы часто создаем какой-то продукт, который полезен только здесь и теперь, газета же полезна и интересна значительному количеству людей. ... Важно представить свою работу на суд многочисленных зрителей и читателей, получить обратную связь» [1; с. 17].

Таким образом, специфические методы МПЦУ создают оптимальный мотивационный комплекс, и работа учащихся над созданием медиапродуктов в ходе профильной смены «Журналистский пленэр» становится более эффективной, способствует развитию личностных качеств учащихся, помогает сделать их публицистическое творчество действенным инструментом преобразования действительности, повышается качественный уровень медиаобразования участников смены.

Становление информационного общества обуславливает потребность каждого члена общества в специфических компетенциях: невозможно быть успешным практически ни в какой сфере деятельности без способности ориентироваться во всем объеме информационных ресурсов, как традиционных, так и виртуальных, умении вести поиск информации, адекватно ее воспринимать и критически интерпретировать, а в дальнейшем продуктивно использовать. Поэтому медиаобразование становится актуальным требованием времени.

В практической журналистской деятельности, собирая, анализируя и обрабатывая информацию, публикуя собственные тексты и получая «обратную связь» от аудитории, подростки осваивают закономерности функционирования информации и правила взаимодействия с нею, приобретают навыки как поиска, так и интерпретации, верификации и использования информации. Обучение навыкам журналистского мастерства по интенсивным технологиям в условиях полного погружения в деятельность и эмоционального окрашенного ее восприятия, использование в ходе этого обучения специфических методов МПЦУ обуславливает высокую эффективность образовательного процесса.

Литература

1. Козлова, Е. В. Школьная газета как средство оказания учащимся психологической помощи в их самореализации: из опыта работы школьного психолога. – Барнаул: САМИ, 2010. – 28 с.
2. Шалаев, И. К. Программно-целевая психология управления: учебное пособие. – Изд-е 5-е, дополненное, переработанное. – Барнаул: БГПУ, 2007. – 344 с.
3. Юмашева, Н. В. Повышение эффективности образовательной деятельности самостоятельных детско-юношеских средств массовой информации: Из опыта работы редактора детско-юношеской газеты : учебно-методическое пособие / Н.В. Юмашева. – Москва, ЮНПРЕСС, 2018. – 40 с.

Использование социальных сетей для реализации непрерывной образовательной коммуникации

The use of social networks to uninterrupted educational communication

Капустин Максим Юрьевич,

методист КГБУ ДО «Алтайский краевой дворец творчества детей и молодежи»
altsami@rambler.ru

Maxim Kapustin

methodologis of Altai Krai Children and Youth Center for creative activities

Аннотация. В статье рассматривается организация непрерывной образовательной коммуникации с юными корреспондентами краевой детско-юношеской газеты «САМИ» (Россия, Алтайский край). Автор описывает опыт газеты «САМИ», в которой десять лет назад начался эксперимент по внедрению непрерывной образовательной коммуникации.

Ключевые слова: детско-юношеская газета, медиаобразование, информационные технологии, непрерывная образовательная коммуникация.

Abstract. The article is devoted to the organization of uninterrupted educational communication with children in the editorial board of the regional children's and youth newspaper SAMI (Russia, Altai Region). The author presents the experience of the editorial board of the regional children's and youth newspaper SAMI, which ten years ago began an experiment on the use of uninterrupted educational communication.

Keywords: children and youth newspaper, media education, media teachers, information technologies, uninterrupted educational communication.

Краевая детско-юношеская газета «САМИ» была основана в 1991 году. Авторами газеты являются дети и подростки в возрасте от 12 до 18 лет. Газета существует не только как средство массовой информации, но и как творческое объединение в рамках Барнаульского городского детско-юношеского центра. За время существования газеты немало ее воспитанников стали профессиональными журналистами, нашли себя в смежных профессиях (пиар, реклама). Собственно, газета и создавалась как учебная, и цель ее издания, в первую очередь, помочь начинающим журналистам сформировать необходимые компетенции, освоить профессию. Естественно, в девяностые годы ни о каких интернет-технологиях в работе со школьниками и речи быть не могло. Занятия проходили в рамках учебного расписания образовательного учреждения, общение педагога с воспитанником проходило только в очном режиме. С бурным развитием Интернета, уплотнением графика школьных занятий, введением ЕГЭ, педагоги редакции стали замечать нехватку у юнкоров времени для посещения занятий. В тоже время у многих воспитанников появились домашние компьютеры, и тексты, которые раньше набирались в редакции, авторы стали приносить на дискетах и даже присылать по электронной почте. Это позволило более активно участвовать в работе редакции детям, живущим далеко от центра города, где редакция расположена, и даже привлечь к работе юнкоров из других городов и сельских районов края.

Естественно, что первый опыт не был массовым. Компьютеры были далеко не у всех, да и Интернета в большинстве населенных пунктов Алтайского края просто отсутствовал. Но постепенно и то и другое стало массово появляться в регионе, соответственно, и у юных корреспондентов газеты «САМИ» тоже. Собственно, развитие информационных технологий и стало тем толчком, который позволил десять лет назад начать в редакции газеты эксперимент по внедрению непрерывной образовательной коммуникации. Цель эксперимента – внедрить и максимально широко использовать современные информационные технологии в образовательной деятельности творческого коллектива «Редакция газеты «САМИ». В ходе эксперимента решались следующие задачи: определение наиболее эффективных форм и методов удаленной работы,

распределение количества учебного времени, приходящегося на очную и дистанционную формы обучения, фиксация рабочего времени, потраченного на удаленную работу. Первыми сервисами, которыми пользовались для решения поставленных задач, конечно, стали электронная почта, ICQ и СМС-рассылка. Через ICQ и СМС-рассылку осуществлялось оперативное реагирование (поиск корреспондентов для выполнения редакционного задания, уточнение дат, мест проведения освещаемых мероприятий и т. д.) Написанные тексты присылались, как правило, на электронную почту редакции, а совместная с педагогом работа над текстом происходила в ICQ.

Примерно в это же время у газеты появился собственный сайт и на сайте кнопка «Стань автором», позволившая любому подростку прислать написанный им текст в редакцию. Этот сервис сайта действует до сих пор, и до сих пор у газеты новые авторы появляются и благодаря этой кнопке тоже. Но «Стань автором» – это не конечный этап работы с текстом, а только её начало: юные авторы присылают не только текст, но и свои контактные данные, чтобы педагог газеты мог помочь доработать текст, указать на ошибки, подсказать необходимые приемы и т. д. Если сервис сайта работает до сих пор, то ICQ на сегодняшний день недалекое, но все же прошлое. Подростки, приходящие в редакцию газеты сегодня, даже и не слышали о таком сервисе – ICQ, хотя сам он существует до сих пор, правда, сегодня им пользуется чуть более 4 миллионов подписчиков по всему миру, что, конечно, не позволяет считать его массовым и популярным. С появлением социальных сетей общение воспитанников газеты переместилось туда и дистанционное общение педагогов с ними – тоже. Редакция газеты «САМИ» заметно разрослась и помимо собственного сайта теперь имеет две группы в социальной сети «ВКонтакте», аккаунты в «Facebook», «Instagram» и «Twitter», канал на «YouTube».

Основной сетью, где осуществляется образовательная коммуникация, является «ВКонтакте». Эта соцсеть не выбиралась специально, просто большинство воспитанников газеты наибольшую активность проявляют в этой социальной сети, и педагогу не остается ничего другого, как осуществлять образовательный процесс в среде, удобной и привычной обучающимся. Справедливости ради надо сказать что это вполне комфортная среда для общения. С появлением «ВКонтакте» значительно расширились формы дистанционной работы. Если раньше общение в сети было в основном индивидуальным, то теперь в «ВК» создана беседа, в ней общение носит публичный характер, в него вовлечены все члены редакционного коллектива: и дети, и педагоги. Это касается и назначения исполнителей редакционного задания (теперь это не надо делать с помощью СМС-рассылки или долго обзванивать всех юнкоров), и обсуждения того, как лучше это задание выполнить, в каком жанре уместнее написать будущий материал и т. д. Более того, сегодня действует несколько бесед. Чтобы не засорять основную существуют отдельные беседы для сдачи текстов, у каждого педагога есть беседа, куда включены все юнкоры, посещающие его занятия. Задания к очным занятиям педагог выставляет в своей беседе, сразу снабжая их ссылками на нужные материалы в сети или выкладывая материалы здесь же. Создали свои беседы и юнкоры: внутри редакции действуют инициативные группы детей отвечающие за то или иное направление работы редакции: газета, сайт, группы «ВКонтакте», аккаунты в «Facebook», «Instagram» и «Twitter», канал на «YouTube». Теперь стало возможным поделиться обнаруженной в Интернете интересной информацией сразу со всеми участниками беседы и тут же обсудить прочитанное или увиденное. Это общение часто не связано с профессией, в беседе юнкоры обсуждают и школьные проблемы, и взаимоотношения с родителями, и впечатления, полученные от общения с книгой, фильмом, телепрограммой и т. п. Во всех этих обсуждениях педагоги принимают участие и могут мягко и ненавязчиво повлиять на ход обсуждения. Общение в социальной сети, само по себе более демократичное, позволяет педагогу организовать доверительное, максимально открытое общение. Однако такое общение имеет и свои минусы. Педагогам редакции приходится тратить гораздо

больше сил на подготовку очных занятий, чтобы сделать их максимально эффективными и не похожими на общение в интернете потому, что при общении в сети возникает иллюзия, что реального общения не требуется, всю необходимую информацию можно получить, общаясь через Интернет.

Еще одна проблема с которой пришлось столкнуться в ходе эксперимента, это, как это ни парадоксально звучит, консервативность детской аудитории. Дело в том, что социальная сеть «ВКонтакте» хороша для общения. Там можно эффективно управлять общением, расширяя или сужая его круг, в социальной сети существуют различные инструменты для организации эффективной коммуникации. Можно пообщаться в закрытой беседе или в открытой группе, организовать опрос, создать публикацию и организовать обсуждение в комментариях к ней и т.д. Но для практической работы редакции СМИ «ВКонтакте» не очень подходит. Несколько раз осуществлялись попытки внедрить онлайн-сервисы, позволяющие создать календарный план, распределить редакционные задания, назначить ответственных и сроки исполнения. Все попытки оказались безуспешными из-за того, что дети уже через неделю или две работы сервиса переставали им пользоваться и никакие увещания педагогов не могли заставить их регулярно заходить в свой аккаунт и проверять назначенные им задания и сроки исполнения. То же самое происходит и с социальной сетью «Facebook»: дети считают ее непонятной и неудобной, а в личном общении говорят, что она скучная и для взрослых. Поэтому в выборе площадок для организации общения в сети коллективу редакции приходится следовать за подростковыми предпочтениями.

Нужно отметить, что эксперимент, уже десять лет длящийся в газете «САМИ», нельзя считать завершенным. Безусловно, продиктованный самой жизнью, он позволил определиться с основными формами и методами работы в сети, но в силу стремительного развития технологий, изменения предпочтений подростковой аудитории, нельзя утверждать, что находками эксперимента можно будет пользоваться сколь-нибудь долго. Задача же способов фиксации рабочего времени, потраченного на удаленную работу, ввиду постоянно меняющейся нормативно-правовой базы в сфере образования, как на федеральном, так и на региональном уровне, вообще кажется невыполнимой. Но при этом такая работа, безусловно, приносит свои плоды. В редакции на сегодняшний день налажено эффективное дистанционное взаимодействие, с помощью него педагогические коммуникации осуществляются практически непрерывно, причем к ним подключен не один, а сразу несколько педагогов. Эффективность такого взаимодействия подтверждается победами как коллектива редакции, так и отдельных ее членов в конкурсах профессионального мастерства, количеством воспитанников газеты, ежегодно поступающих на специальность «Журналистика» и смежные специальности, и количеством воспитанников, успешно работающих в выбранной профессии.

Литература

1. Жилавская, И.В. Информационные технологии в системе медиаобразования / И.В. Жилавская // Медиаобразование: от теории – к практике : сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции «Медиаобразование молодежи в информационном обществе», Томск, 21-22 октября 2009 / Сост. И.В.Жилавская. – Томск: ТИИТ, 2009. – С. 49-59.
2. Цымбаленко, С.Б. Акмеологические основания развития подрастающего поколения в системе информационно-коммуникативных взаимодействий : автореф. дис. . . . д-ра пед. наук / С.Б. Цымбаленко. – Москва, 2012. – 69
3. Юмашева, Н.В. Издание школьных СМИ как форма профориентации и довузовской профессиональной подготовки / Н.В. Юмашева // Вестник алтайской науки. – 2014. – №4. – С. 400-404.

Обучение школьников мультимедийным технологиям как фактор развития продуктивного использования молодым поколением виртуального пространства

Teaching schoolchildren multimedia technologies as a factor in the development of productive use of the young generation of virtual space

Рязанов Максим Игоревич

педагог дополнительного образования МБУ ДО «Барнаульский городской детско-юношеский центр»

Sever_94@outlook.com

Maxim Rzanov

teacher of Barnaul municipal children and youth centre

Аннотация. Статья посвящена актуальной сегодня день медиаобразованию молодежи. Автор предлагает рассмотреть задачи медиаобразования современных подростков и варианты решения некоторых из них на примере обучения школьников мультимедийным технологиям в дополнительном образовании.

Ключевые слова: медиаобразование, инфографика, тесты, сайт, подростки, дополнительное образование, педагогика, мультимедийная журналистика, газета «САМИ»

Abstract. The article is devoted to the current topic of media education among young people. The author suggests to consider the tasks of media education of modern adolescents and the options for solving some of them using the example of teaching schoolchildren multimedia technologies in additional education.

Key words: media education, infographics, tests, website, teenagers, additional education, pedagogy, multimedia journalism, SAMI newspaper

В современной журналистике все большее значение приобретают мультимедийные форматы. Это в значительной степени связано с развитием Интернета и веб-технологий. Сегодня читатель, особенно юный, требует от СМИ емкости, но в тоже время максимальной информативности, делает выбор в пользу яркого и динамичного материала, насыщенного инфографикой, видео- и аудиозаписями. Заметная часть существующих печатных изданий успешно подстроилась к современным требованиям, открыла «филиалы» в Интернете, активно развивают мультимедийную составляющую. Появились новые СМИ, базирующиеся только в Интернете. Однако часть изданий либо находится в поиске своего онлайн-формата, либо довольствуется интернет-версией своей газеты, копируя материалы из верстки на свой сайт и не понимая, почему количество посетителей стабильно низкое. Непонимание требований времени, неумение работать с мультимедийными форматами обусловлены чрезмерно быстрым развитием веб-технологий. Не готовыми к новым условиям оказались и многие образовательные учреждения, занимающиеся подготовкой специалистов в области СМИ.

Детско-юношеская газета «САМИ» создавалась с образовательными целями как творческое объединение Барнаульского городского детско-юношеского центра. Сегодня это СМИ, зарегистрированное в соответствии с законодательством РФ, распространяемое по подписке на территории Алтайского края, при этом авторский коллектив полностью состоит из школьников. Перед педагогами стоит задача не только научить юных корреспондентов основам профессии, подготовить их к реальной, «взрослой» журналистике, выпустить, по завершении обучения, конкурентоспособного, опытного журналиста, но и научить школьников ориентироваться в информационном пространстве. С развитием информационно-коммуникационных технологий эта задача заметно усложняется, но в то же время приобретает все большую значимость. Тем временем в школе на уроках информатики дети продолжают изучать инструменты и способы работы с информацией как с математической единицей, абсолютно не уделяя внимания самому содержанию этих единиц [3]. Поэтому те цели, которые стояли перед педагогами редакции газеты «САМИ» при ее основании, не потеряли своей актуальности, однако

подверглись некоторым изменениям, ведь теперь важно не только объяснить обучающимся, чем репортаж отличается от новости, но и чем газетный репортаж отличается от репортажа на сайте. Причем не только с точки зрения содержания, оформления, но и воздействия на аудиторию печатного и виртуального СМИ [1].

Конечно, на начальном этапе перехода к новым формам обучения возникли определенные трудности, как с технической, так и с педагогической точки зрения. И если создание платформ для обучения в виде сайта, YouTube-канала, группы в сети «ВКонтакте» и профиля в Instagram, приобретение оборудования и программного обеспечения оказалось делом несложным, то вопрос модернизации образовательного процесса встал достаточно остро. Педагоги «САМИ» оказались не достаточно подготовлены к реализации мультимедийной образовательной программы. В большей степени потому, что никто не имел четкого видения этой программы.

За основу концепции образовательной программы было взято наиболее распространенное понимание термина «медиаобразование». «Медиаобразование (media education) в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Приобретенные в результате этого процесса навыки называются медиаграмотностью» [2; с. 35].

Необходимо четко понимать, что мультимедийная журналистика не может быть конвейерной, это обязательно творческий, познавательный и эмоционально насыщенный процесс. Мультимедийные проекты требуют навыков работы в коллективе, стремления развивать свой творческий потенциал и постоянно заниматься самообразованием в этой области. Для этого должна быть создана комфортная атмосфера в коллективе, способствующая активизации творческого мышления.

В редакции, которая в основном по традиции продолжала называться редакцией газеты «САМИ», были созданы мультимедийные отделы, каждый из которых отвечал за определенное направление, имел своего редактора и курировался педагогом. Видео, фото, SMM, сайт – те направления, которые были выделены на старте модернизации. Для каждого из направлений были изначально выбраны форматы, которые гибко меняются в ходе работы. Причем в эту корректировку активно вовлечены школьники, она является значимой частью образовательного процесса. Так, например, при работе над видеоматериалами подростки овладевают технологиями: осваивают работу оператора, продюсера, сценариста, тележурналиста, режиссера. Но не менее важно то, что они анализируют то, как реагирует аудитория на различные форматы, на продолжительность видео, на использование тех или иных монтажных принципов, оформительских приемов и т. д. Кроме того, под руководством педагогов школьники регулярно следят за тенденциями развития медиатехнологий у ведущих СМИ страны. На основе этого анализа школьники совместно с педагогами принимают решение о корректировке тех или иных форматов, приемов т. д. Помимо этого необходимо постоянно искать новые идеи и форматы, чтобы контент СМИ не казался однообразным.

Существенной корректировке подверглись формы реализации подростков в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, непрерывно ведутся поиски оптимальных форматов работы в YouTube. На сегодняшний день для каждой из платформ определено свое место в медиасистеме «САМИ», они не дублируют друг друга, а взаимодополняют и продвигают.

К примеру, группа в сети «ВКонтакте» изначально планировалась как платформа для отработки навыков написания коротких информационных постов. Однако со временем эта идея претерпела изменения. Инфографика, топы литературы, анонсы городских мероприятий для школьников, обучающие материалы, представленные в виде

карточек или коротких историй – публикации такого характера стали иметь значительно больший успех у аудитории. Поэтому упор был сделан именно на эти форматы, а, следовательно, их освоению было уделено больше внимания в обучении. В то же время стало понятно, что группа – самый удобный и надежный инструмент распространения информации. «ВКонтакте» – самая популярная социальная сеть среди целевой аудитории редакции, поэтому неудивительно, что именно материалы группы были наиболее комментируемыми и просматриваемыми. Однако группа в сети «ВКонтакте» имеет ряд стандартных технических ограничений и не позволяет создавать медиаматериалы любого характера, в отличие от сайта. Поэтому группа стала служить инструментом рекламы материалов, созданных на сайте газеты.

Сайт же стал самой крупной технической платформой для реализации творческого потенциала школьников – членов редакции. Он позволяет практически реализовывать все те знания, которые они приобретают в рамках других направлений работы, а также проводить анализ созданных продуктов.

Одним из ведущих направлений образовательной работы сегодня стало создание школьниками инфографики. Это выигрышный способ подачи информации, активно и давно используемый уже и в традиционных печатных газетах. Однако мультимедийный формат неизмеримо расширяет возможности инфографики. В зависимости от характера информации школьники учатся под руководством педагогов выбирать подходящий тип инфографики, который сможет раскрыть тему наиболее полно. Это может быть «таймлайн», показывающий развитие события во времени, карта территории, маршруты, диаграммы, алгоритмы поведения [4].

«Яндекс. Аналитика» позволяет просматривать поведение пользователей сайта с помощью инструмента «Вебвизор», который позволяет получить объективные данные о том, как читатель реагирует на материалы. Часто читатели не досматривают текстовые материалы до конца, если они не сопровождаются иллюстрациями, однако практически всегда просматривают материалы с инфографикой. Для создания инфографики можно использовать как бесплатные сервисы в Интернете, так и графические редакторы, а иногда достаточно бумаги и карандаша. Инфографика достаточно успешно реализуется не только на сайте, но и на страницах газеты «САМИ».

Еще одним успешным среди посетителей сайта форматом является фоторепортаж. Конечно же, важно помнить, что фоторепортаж – это не просто набор фотографий, у него, как и у текстового материала должен быть сюжет, герой, детали. Из фоторепортажа читатель должен понять все ключевые моменты события и увидеть динамику его развития. Краткие пояснения к фотографиям дополняют историю, а возможность своими глазами увидеть место событий привлекает читателя гораздо сильнее текстового репортажа. Сайт позволяет увеличивать фотографии, просматривать их в режиме слайдшоу, а также обсуждать фоторепортаж с автором и другими читателями в реальном времени [4].

Интерактивность – очень важная и интересная особенность мультимедийного формата. Это один из факторов, который отличает мультимедийную журналистику от классической. Самыми популярными медиаматериалами на сайте являются опросы, тесты и голосования, то есть форматы, требующие активного включения аудитории. Школьники осваивают технологию их создания, а также учатся использовать интерактивные форматы так, чтобы они выполняли информационную, образовательную и т. п. функции. Так, например, голосования на сайте позволяют не только узнать мнение посетителей относительно определенного вопроса, но и показать самим посетителям отношение общества к этому вопросу. Кроме того, грамотно сформулированный вопрос может открыть для посетителя совсем новый взгляд на вопрос, заставить его по-новому взглянуть на знакомые вещи. Тест на знание тех или иных реалий может содержать не просто правильные ответы, но и снабжать читателя емкой, полезной информацией, которую ему благодаря игровой подаче легко воспринимать и легко запоминать.

В тоже время интерактивный формат направлен на то, чтобы вовлечь читателя в процесс взаимодействия с сайтом, мотивирует его, например, пройти тест и узнать результат, что повышает вероятность того, что материал будет прочитан до конца. Сервисы аналитики это подтверждают: текстовый материал на ту же тему, что и тест, просмотрело на 45% посетителей меньше, а из тех, кто все же просмотрел, до конца дочитали на 20% меньше, чем прошли до конца тест.

Следовательно, мультимедийные материалы пользуются гораздо большей популярностью среди аудитории и позволяют в большей степени реализовывать творческий потенциал подростка. Поэтому именно это направление медиаобразования играет сегодня важную роль в образовательной деятельности детско-юношеского творческого объединения. Комплексное сочетание теоретических, аналитических и практических форм работы позволяют развивать в подростке важнейшие для современного журналиста качества, позволяют ему стать конкурентно способным, способствуют пониманию того, как наиболее рационально использовать виртуальное пространство. В процессе обучения у подростка формируется понятие принципов работы современных масс-медиа, что позволяет ему критически оценивать медиаматериалы в сети и успешно ориентироваться в медиaprостранстве.

Литература

1. Жилавская, И.В. Информационные технологии в системе медиаобразования / И.В. Жилавская // Медиаобразование: от теории – к практике : сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции «Медиаобразование молодежи в информационном обществе», Томск, 21-22 октября 2009 / Сост. И.В.Жилавская. – Томск: ТИИТ, 2009. – С. 49-59.
2. Федоров А.В. Терминология медиаобразования // Искусство и образование. 2000. № 2. С. 35-44.
3. Юмашева, Н.В. Издание школьных СМИ как форма профориентации и довузовской профессиональной подготовки / Н.В. Юмашева // Вестник алтайской науки. – 2014. – №4. – С. 400-404.
4. Силамедиа – мультимедийный сторителлинг для бизнеса, образования и медиа // [Блог SilaMedia] / Маркетинг и менеджмент медиапроектов URL: <http://sila.media/newsroom/> (Дата обращения 17.05.18)

References

1. Zhilavskaya, I.V. Information technologies in the system of media education / I.V. Zhilavskaya // Media Education: from theory to practice: a collection of materials of the III All-Russian Scientific and Practical Conference "Media Education of Youth in the Information Society", Tomsk, October 21-22, 2009 / Comp. I.V. Zhilavskaya. - Tomsk: TIIT, 2009. - P. 49-59.
2. Fedorov A.V. Terminology of media education // Art and Education. 2000. № 2., 35-44.
3. Yumasheva, N.V. Publication of school media as a form of vocational guidance and pre-university professional training / N.V. Yumashev // Herald of the Altai science. - 2014. - №4. - P. 400-404.
- 4) Silamedia - multimedia storytelling for business, education and media // [SilaMedia Blog] / Marketing and media project management URL: <http://sila.media/newsroom/> (Date of circulation 17.05.18)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение. Проблемное поле исследований.....	
Федоров А.А., Левицкая А.А., Горбаткова О.И. (Таганрог). Образы тинейджеров в аудиовизуальных медиатекстах на тему школы и вуза.....	
Гук А.А.(Кемерово). Корпоративный анализ медийной культуры: технологический аспект	
Кузьмина А.В. (Киров), Кузьмин А.И. (Краснодарский край, ВДЦ «Орленок»). Детско-юношеское и школьное телевидение как ресурс массового медиаобразования детей и подростков.....	
Генова Н. М., Хилько Н.Ф. (Омск). Роль фестиваля «Душа России» в формировании преемственных и новых ценностей в тематике любительского видеотворчества в постперестроечный период.....	
Юмашева Н.В.(Барнаул). Профильная смена как форма медиаобразовательной деятельности.....	
Капустин М.Ю. (Барнаул). Использование социальных сетей для реализации непрерывной образовательной коммуникации.....	
Рязанов М.И. (Барнаул). Обучение школьников мультимедийным технологиям как фактор развития продуктивного использования молодым поколением виртуального пространства.....	

УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ:

Федоров А.В. (д.п.н., профессор), **Левицкая А.А., Горбаткова О.И.** (Таганрог, Ростовский государственный экономический университет). Образы тинейджеров в аудиовизуальных медиатекстах на тему школы и вуза.

Кириллова Н.Б. (доктор культурологии, профессор, Екатеринбург, Уральский Федеральный университет им. Б.Н. Ельцина) «Media studies» в системе подготовки менеджера социально-культурной сферы.

Юмашева Н. В. (Барнаул, МБУДО «Барнаульский городской детско-юношеский центр, к.п.н.). Профильная смена как форма медиаобразовательной деятельности.

Кузьмина Маргарита Витальевна (Киров, к.п.н., КОГОАУ ДПО «ИРО Кировской области»), **Кузьмин Алексей Игоревич** (Краснодарский край, ВДЦ «Орленок»). Управление информации и связи с общественностью Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения Всероссийский детский центр «Орленок». Телеоператор телестудии «Орленок-TV». Детско-юношеское и школьное телевидение как ресурс массового медиаобразования детей и подростков.

Капустин Максим Юрьевич, (Барнаул, методист КГБУ ДО «Алтайский краевой дворец творчества детей и молодежи» Использование социальных сетей для реализации непрерывной образовательной коммуникации.

Рязанов Максим Игоревич (Барнаул, педагог дополнительного образования МБУ ДО «Барнаульский городской детско-юношеский центр»). Обучение школьников мультимедийным технологиям как фактор развития продуктивного использования молодым поколением виртуального пространства.

Быкова Н.И. (Омск, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, к.п.н., доцент, зав. Кафедрой КФВТ) Фестивальное движение и кафедра кино-, фото-, видеотворчества.

Саблукова Л.И. (Омск, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, доцент кафедры СКД) Современное развитие кино клубов. **Горелова Ю.Р.** (Омск, Омск, Сибирский филиал Института наследия, к.и.н.) Современные концепции руководства медиаобразованием в России.

Шумов М.В. (Омск, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, ст. преподаватель) Проблемы деятельности мастера курса на кафедре кино-, фото-, видеотворчества.

Гук А.А. (Кемерово, профессор кафедры фото-, видеотворчества, Кемеровский государственный институт культуры, доктор философских наук) Философские аспекты семиотики фотоискусства.

Хилько Н. Ф. (Омск, Сибирский филиал Института наследия, доктор педагогических наук, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского) Проблемы развития фестивального движения в Омске.

Фамильцев С. В. (Омск, БУК «Омский областной киноvideоцентр») Развитие кинофестивальных проектов в Омском Прииртышье.

Карпинина Т.В. (Омск, БУ «Дом кино»). Деятельность Омского Дома кино на современном этапе.

Лобова М.П. (Омск, Омск, БУ «Дом кино»). Экология экранной культуры и современный репертуар кинодосуговых центров.

Генова Н.М. (Омск, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, доктор культурологии, профессор). Самодетельное кинофотолюбительство и ценностные основания культурной политики.

Беловицкая Александра Андреевна (КНБ-406-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»). Феномен музыкальных аллюзий в мировом кинематографе. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.

Иваковская Александра Александровна (КНБ-406-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»). Кинофестивальное движение: традиции и инновации. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.

- Лоскутова Галина Петровна (КНБ-406-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Театрализация в кино как творческий метод. Научный руководитель – ст. преп. Шумов М.В.
- Макаров Константин Евгеньевич (КНБ-406-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Videоблогинг в структуре современного медиапространства. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Романов Александр Игоревич (КНБ-406-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Приемы визуализации атмосферы ужаса. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Финк Анастасия Игоревна (КНБ-406-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Своеобразие жанра «фэнтези» в литературе и кинематографе. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Чернова Оксана Сергеевна (КНБ-406-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Instagram как социальное пространство современной коммуникации. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Шабанова Виктория Викторовна (КНБ-406-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Динамика развития travel-сюжетов на примере телевизионных программ. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Масягина Софья Александровна (КРС-725-О-01, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Возрастная классификация кинематографических произведений в разных странах. Научный руководитель – ст. преп. Шумов М.В.
- Воронцова Александра Дмитриевна (КРС-725-О-01, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Явление «камео» в отечественном кинематографе. Научный руководитель – ст. преп. Шумов М.В.
- Идрисова Дарья Сериковна (КНБ-506-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Цвет и свет в современном кино. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Песоцкая Ольга Александровна (КНБ-506-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Интерактивное кино. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Трухан Алиса Вадимовна (КНБ-506-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Машинима как явление кинематографа. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Бускова Лина Олеговна (КНБ-506-О-05, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»).** Клиширование женского образа в кинематографе. Научный руководитель – к.п.н. Быкова Н.И.
- Мищенко Л. (Омск, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского).** Проблемы развития современной документальной фотографии. Научный руководитель – д.п.н. Хилько Н.Ф.
- Кучерявая М. (Омск, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского)** Особенности съемки свадебного обряда в различных конфессиях. Научный руководитель – д.п.н. Хилько Н.Ф.