

>ЖУРНАЛИСТ **СОЦИАЛЬНЫЕ** **КОММУНИКАЦИИ**

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
издается с 2011 г.

включен в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК
по отраслям науки и группам специальностей научных работников:
5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы.
Журнал входит в систему РИНЦ

Главный редактор **Л. А. Речицкий**,
кандидат исторических наук

№ 1 (57) 2025

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

Гарифуллин Васил Загитович — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой национальных и глобальных медиа Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Гавра Дмитрий Петрович — доктор социологических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, заведующий кафедрой связей с общественностью в бизнесе Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

Гранин Юрий Дмитриевич — доктор философских наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института философии РАН.

Доктору Гилберт — доктор философии (США).

Дугин Евгений Яковлевич — доктор социологических наук, профессор, проректор, заведующий кафедрой телевидения и радио ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», член Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации.

Ибраева Галия Жунусовна — доктор политических наук, профессор факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, Алма-Ата).

Иванищева Ольга Николаевна — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры филологии, межкультурной коммуникации и журналистики Мурманского арктического государственного университета.

Коханова Людмила Александровна — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры цифровой журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Киричѐк Петр Николаевич — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики Московского гуманитарного университета.

Лозовский Борис Николаевич — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Тулупов Владимир Васильевич — доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Хелемендик Виктор Сергеевич — доктор исторических наук, профессор, член-корреспондент Академии образования Российской Федерации.

Чумиков Александр Николаевич — доктор политических наук, профессор, профессор кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета.

Шабров Олег Федорович — доктор политических наук, профессор, профессор кафедры государственной политики факультета политологии Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Шульц Эдуард Эдуардович — кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета.

Ширина Светлана Александровна — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии и социальной работы факультета педагогики и психологии Брянского государственного университета имени академика И. Г. Петровского.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Головкин Сергей Борисович — кандидат филологических наук, доцент факультета дизайна и медиакоммуникаций Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.

Ермилова Юлия Владимировна — проректор, заведующая кафедрой основ риторики и мастерства эфирного выступления ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Играев Борис Анатольевич — кандидат филологических наук, доцент, продюсер ГТРК «Тула».

Комиссаров Валерий Петрович — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Чувашского государственного университета.

Шкондин Михаил Васильевич — доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Мальцев Геннадий Петрович — член-корреспондент РАЕН, генеральный директор Издательского дома «Журналист».

Речицкий Леонид Антонович — кандидат исторических наук, доцент, главный редактор журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Харыбин Евгений Витальевич — кандидат физико-математических наук, профессор Научно-экспертного и образовательного центра профессиональных компетенций ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», заместитель главного редактора журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Первый номер журнала за 2025 г. «Журналист. Социальные коммуникации» посвящен международной научно-практической конференции «Медиаобразование в условиях цифрового развития общества». Конференция проходила в конце прошлого года в Москве.

Её организатором выступило Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии».

Более полувека Академия ведет переподготовку и повышение квалификации журналистов и специалистов для медиаиндустрии.

В 2024 г. решением Совета министров иностранных дел СНГ Академии был придан статус базовой организации государств — участников Содружества Независимых Государств.

MEDIA EDUCATION IN THE CONTEXT OF DIGITAL DEVELOPMENT OF THE INDUSTRY

The first issue of the magazine for 2025 «Journalist. Social Communications» is dedicated to the international scientific and practical conference «Media Education in the Context of Digital Development of Society». The Conference was held at the end of last year in Moscow.

It was organized by Federal State Budgetary Educational Institution of supplementary vocational education Academy of Media Industry.

For more than half a century, the Academy has been conducting retraining and professional development of journalists and specialists for the media industry.

In 2024, by decision of the Council of Ministers of Foreign Affairs of the CIS, the Academy was given the status of the host organization of the Member States of the Commonwealth of Independent States.



СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВНАЯ ТЕМА		
7	<i>Л. А. Речицкий</i>	Медиаобразование для профессионалов и масс: опыт, исследования, направления
БУДУЩЕЕ МЕДИАОТРАСЛИ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОФЕССИИ		
10	<i>Ю. В. Ермилова</i>	Проблемы сближения медиаобразования с практикой медиаиндустрии
МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОТРАСЛИ		
17	<i>И. Н. Кемарская</i>	Обучение креативности как актуальное направление медиаобразования
24	<i>А. А. Андреев И. А. Азерская</i>	Использование формата акселератора для формирования надпрофессиональных компетенций в ходе разработки и реализации сценарных проектов
31	<i>Я. А. Пархоменко Н. В. Шимонова</i>	Модели дистанционного обучения сценарному мастерству
42	<i>В. А. Левкович</i>	Модернизированные типы грамотности для человека XXI века в контексте медийного потребления
ПОДГОТОВКА СОВРЕМЕННОГО ПОКОЛЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ В РОССИИ		
45	<i>А. В. Соколов</i>	Симбиоз традиционных методов и современных практик с использованием ИИ в учебном процессе
52	<i>Н. С. Писаревская</i>	Геймификация как средство повышения эффективности медиаобразования
60	<i>А. М. Цыганенко</i>	Подготовка кадров для полиграфического производства
СОВРЕМЕННОЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЕ ИСКУССТВО В МЕДИАОТРАСЛИ		
66	<i>Н. Ю. Спутницкая М. Ф. Казючиц</i>	Телесериал и медиакультура: к проблеме воспитательного потенциала
77	<i>О. А. Гурьянова А. Ю. Гнибеда</i>	Вопросы медиакоммуникации, возникающие в процессе обучения в режиме видеоконференции
МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В СТРАНАХ СНГ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ		
86	<i>Е. Н. Черниченко</i>	Медиадискурс как инструмент медиаобразования
96	<i>А. Б. Мальсагова</i>	Базовые вузы в системе профессионального медиаобразования СНГ
104	<i>Д. А. Мириманов</i>	Вызовы мультимодальности в медиаобразовании: подготовка журналистов и специалистов в сфере медиакоммуникаций
116	<i>М. Н. Сагандыкова</i>	Новые тренды в полиграфии — опережающие технологии в учебном процессе

CONTENTS

MAIN THEME		
7	<i>L. A. Rechitsky</i>	Media education for professionals and the masses: experience, research, directions
THE FUTURE OF THE MEDIA INDUSTRY: NEW TRENDS AND PROFESSIONS		
10	<i>Yu. V. Ermilova</i>	Issues of media education convergence with the practice of the media industry
MEDIA EDUCATION IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE INDUSTRY		
17	<i>I. N. Kemarskaya</i>	Teaching creativity as a relevant trend of media education in the context of digitalization
24	<i>A. A. Andreev</i> <i>I. A. Azerskaya</i>	Using the accelerator format for the formation of supra-professional competencies as part of development and implementation of scenario projects
31	<i>Y. A. Parkhomenko</i> <i>N. V. Shimonova</i>	Distance learning models for screenwriting
42	<i>V. A. Levkovich</i>	Modernized types of literacy for a person of the XXI century in the context of media consumption
TRAINING OF THE MODERN GENERATION OF JOURNALISTS IN RUSSIA		
45	<i>A. V. Sokolov</i>	The symbiosis of traditional methods and modern practices using AI in the educational process
52	<i>N. S. Pisarevskaya</i>	Gamification as a means of increasing the effectiveness of media education
60	<i>A. M. Tsyganenko</i>	Personnel training for printing industry
CONTEMPORARY AUDIOVISUAL ART IN THE MEDIA INDUSTRY		
66	<i>N. Yu. Sputnitskaya</i> <i>M. F. Kazyuchits</i>	TV series and media culture: on the issue of educational potential
77	<i>O. A. Guryanova</i> <i>A. Yu. Gnibeda</i>	Media communication issues arising in the course of video conference training
MEDIA EDUCATION IN THE CIS COUNTRIES		
86	<i>E. N. Chernichenko</i>	Media discourse as a tool for media education
96	<i>A. B. Malsagova</i>	Basic universities in the system of professional media education in the CIS
104	<i>D. A. Mirimanov</i>	Challenges of multimodality in media education: training for journalists and media communication specialists
116	<i>M. N. Sagandykova</i>	New trends in printing industry — advanced technologies in the educational process

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ И МАСС: ОПЫТ, ИССЛЕДОВАНИЯ, НАПРАВЛЕНИЯ

Синопсис. Одним из итогов информационно-коммуникационной революции стало возрастание влияния медиа на развитие человека. Формирование его как личности в значительной степени происходит под прямым и порой агрессивным воздействием медиа.

Цифровые технологии преобразили рынок медиапродуктов, добавили ему пестроты и многообразия. Но за красочностью рекламной упаковки далеко не всегда находится качественное содержание. Чтобы не купиться на привлекательную рекламу и не попасться на непрофессионально изготовленное медиаизделие, необходимо обладать определенными знаниями в сфере медиа, постоянно совершенствовать культуру общения с медиа. Таким образом, применение цифровых технологий в производстве медиапродуктов делает актуальной задачу введения всеобщего медиаобразования. Медиаобразование подготовит новое поколение россиян к жизни в мире информации, научит человека воспринимать информацию и осознавать её последствия на социальное поведение, критически анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме.

Злободневность введения всеобщего медиаобразования признается профессиональными сообществами журналистов, специалистов медиаиндустрии, учредителей государственных (и не только) средств массовой коммуникации, педагогов, исследователей современного информационно-коммуникационного пространства. О возрастающем интересе к организации медиаобразования в субъектах Российской Федерации можно судить по опубликованным в различных специализированных изданиях статьях. Спектр научных изысканий достаточно широк. Авторы публикаций поднимают различные проблемы теории и методологии, организации медиаобразования для различных возрастных групп населения. Здесь и вопросы классификации видов медиаобразования (И. А. Фатеева), теории и истории медиаобразования (А. В. Федоров), тренды медиаобразования: от медиаграмотности к медиаменталитету (А. А. Немирич), организация деятельности руководителя по введению медиаобразования (Т. А. Абрамовских) и ряд других теоретических и практических вопросов, связанных с совершенствованием системы медиаобразования, в том числе и с постановкой дополнительного профессионального медиаобразования.

Дискуссии о состоянии медиаобразования в России идут как на страницах научных журналов, так и на научных конференциях, многие из которых имеют статус международных, поскольку в их работе принимают участие и делятся накопленным опытом ученые из других стран.

На конференции, проводимой Академией медиаиндустрии, с сообщениями о результатах исследований и о практике организации учебного процесса с использованием новых технологий выступили преподаватели образовательных учреждений из Республики Казахстан, Приднестровской Молдавской Республики, Республики Узбекистан.

Доклады и сообщения составили пять основных тематических блоков.

- *Будущее медиаотрасли: новые тенденции и профессии.*
- *Медиаобразование в условиях цифровизации отрасли.*
- *Подготовка современного поколения журналистов в России: особенности деятельности и перспективы развития.*
- *Современное аудиовизуальное искусство в медиаотрасли.*
- *Медиаобразование в странах Содружества Независимых Государств: вызовы и возможности создания единого сценария подготовки специалистов для медиаотрасли.*

Конференция показала, что в формировании человека цифровой эпохи доминируют средства массовой коммуникации, а образование приобретает новое качество — медиаобразование для всех, что позволяет готовить для рынка медиа компетентных потребителей медиапродуктов.

Медиаобразование следует строить на научно обоснованных знаниях. Только в этом случае оно сможет воспитывать личность, способную к критическому осмыслению информации.

Медиаобразование призвано соответствовать культурному и этническому многообразию населения страны, удовлетворять потребности социально-профессиональных и конфессиональных групп, а также индивидуальные духовные запросы.

Леонид Речицкий

MEDIA EDUCATION FOR PROFESSIONALS AND THE MASSES: EXPERIENCE, RESEARCH, DIRECTIONS

***Synopsis.** One of the results of the information and communication revolution was the increasing influence of the media on human development. The formation of a person as an individual largely occurs under the direct and, at times, aggressive influence of the media.*

Digital technologies have transformed the media products market, adding to its diversity. But behind the colorful advertising packaging, there is not always high-quality content. In order not to buy into attractive advertising and not fall for unprofessionally manufactured media products, it is necessary to have certain knowledge in the field of media and constantly improve the culture of communication with the media. Thus, the use of digital technologies in media production makes the task of introducing universal media education urgent. Media education will prepare a new generation of Russians for life in the world of information, teach people to perceive information and realize its consequences on social behavior, and critically analyze complex processes of media functioning in society.

The urgency of introducing universal media education is recognized by professional communities of journalists, media industry specialists, founders of state (and not only) mass media, educators, and researchers of the modern information and communication space. The growing interest in the organization of media education in the subjects of the Russian Federation can be judged by the articles published in various specialized publications. The range of scientific research is quite wide. The authors of the publications raise various problems of theory and methodology, organization of media education for various age groups of the population. There are also issues of classification of types of media education (I. A. Fateeva), theory and history of media education (A. V. Fedorov), trends in media education: from media literacy to media intelligence (A. A. Nemirich), organization of the activities of the head of the introduction of media education (T. A. Abramovsky) and a number of other theoretical and practical issues related to the improvement of the media education system, including provision of supplementary vocational media education.

Discussions about the state of media education in Russia take place both on the pages of scientific journals and at scientific conferences, many of which have international status, since scientists from other countries take part in their work and share their accumulated experience.

At the conference held by the Academy of Media Industry, teachers of educational institutions from the Republic of Kazakhstan, the Pridnestrovian Moldavian Republic, and the Republic of Uzbekistan made presentations on the results of research and on the practice of organizing the educational process using new technologies.

The reports and presentations comprised five main thematic blocks.

- *The future of the media industry: new trends and professions.*
- *Media education in the context of digitalization of the industry.*
- *Training of the modern generation of journalists in Russia: features of activity and development prospects.*
- *Contemporary audiovisual art in the media industry.*
- *Media education in the countries of the Commonwealth of Independent States: challenges and opportunities for creating a unified training scenario for the media industry.*

The conference showed that the formation of a person in the digital age was dominated by mass communication media, and education was acquiring a new quality — media education for all making it possible to prepare competent consumers of media products for the media market.

Media education should be built on science-based knowledge. Only in this case it will be able to educate a person capable of critical comprehension of information.

Media education is designed to meet the cultural and ethnic diversity of the country's population, meet the needs of socio-professional and religious groups, as well as individual spiritual needs.

Leonid Rechitsky

БУДУЩЕЕ МЕДИАОТРАСЛИ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОФЕССИИ

УДК: 37.013.8

Ю. В. ЕРМИЛОВА,
проректор, заведующая кафедрой основ
риторики и мастерства эфирного выступления
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: u.v.ermilova@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ СБЛИЖЕНИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ С ПРАКТИКОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ

***Аннотация.** Современная медиасфера стремительно меняется, требуя от специалистов гибкости, инновационности и быстрой адаптации к новым реалиям. Перед образовательными организациями стоят ещё более сложные задачи: необходимо не только оперативно реагировать на изменения, но и прогнозировать развитие отрасли, создавать будущие профессии. На основе практики применения формируется теория и экстраполируется на широкую образовательную аудиторию.*

В статье рассматриваются четыре ключевых направления, необходимые для успешной адаптации медиаиндустрии к быстрому технологическому развитию и трансформации потребительских предпочтений:

- 1) оформление новых медиапрофессий;*
- 2) расширение компетенций существующих специальностей;*
- 3) интеграция и использование отечественного программного обеспечения;*
- 4) создание центров изучения профессиональных компетенций.*

***Ключевые слова:** медиапрофессия, профессиональные компетенции, контент, искусственный интеллект, медиаотрасль, блогер, социальные медиа.*

Yu. V. ERMILOVA,
Vice-Rector, Head of the Basics Rhetoric and Broadcasting
Skills Department, Academy of Media Industry;
Moscow, Russia.
e-mail: u.v.ermilova@gmail.com

ISSUES OF MEDIA EDUCATION CONVERGENCE WITH THE PRACTICE OF THE MEDIA INDUSTRY

***Abstract.** The modern media sphere is rapidly changing, requiring specialists to be flexible, innovative, and adapt quickly to new realities. Educational*

organizations face even more difficult tasks: it is necessary not only to respond promptly to changes, but also to predict the development of the industry and create future professions. Based on the practice of application, the theory is formed and extrapolated to a wide educational audience.

The article examines four key areas necessary for the successful adaptation of the media industry to the rapid technological development and transformation of consumer preferences.

- 1) *registration of new media professions;*
- 2) *expanding the competencies of existing specialties;*
- 3) *integration and use of domestic software;*
- 4) *creation of centers for the study of professional competencies.*

Keywords: *media profession, professional competencies, content, artificial intelligence, media industry, blogger, social media.*

ОФОРМЛЕНИЕ НОВЫХ МЕДИАПРОФЕССИЙ

Развитие технологий порождает потребность в дизайнерах и режиссерах 3D-графики, операторах виртуальных студий, специалистах роботизированной медиатехники и т. д. Также возникает спрос на специалистов, способных работать в гибридных ролях, совмещать творческие и технические навыки.

Медиапрофессии возникают следующим образом:

- формируются на стыке дисциплин: журналист мультимедиа, дата-журналист, специалист по цифровому сторителлингу и др.;
- возникают вследствие появления новых технологических реалий: разработчик VR/AR, специалист по иммерсивному контенту, специалист по работе с ИИ и др.;
- появляются как адаптация существующих профессий к новым реалиям: инфлюэнс-маркетолог, нейромаркетолог, медиаполицейский и др.

Медиафера относится к динамично меняющимся, и, по прогнозам специалистов Высшей школы экономики, молодежь, выбирающая сейчас это направление, за свою жизнь освоит 4–5 профессий. Возникает концепция непрерывного обучения.

В ближайшие годы в медиаиндустрии будут востребованы следующие профессии.

Журналисты мультимедиа: специалисты, способные работать с текстом, видео- и аудиоконтентом, создавать мультимедийные истории, адаптировать контент под разные форматы.

В 2013 г. сотрудникам редакции информации Общественного телевидения России привелось участвовать в эксперименте, в ходе которого планировалось обязать их самостоятельно выполнять по несколько функций: корреспондент должен был снимать сюжеты на телефон, редактор, пользуясь системой производства контента для новостей Dalet News, не только писать тексты так называемых «БЗ» (материалов без закадрового текста),

но и монтировать видео под них. Первая идея оказалась утопической из-за недостаточного качества техники и человеческого фактора. Телефоны еще не отличались хорошей разрешающей способностью и системой стабилизации, а также большой памятью. Корреспондент на оперативных съемках в одиночку не успевал и снимать, и героев искать, и к прямым включениям готовиться, а на неоперативных съемках плохое качество изображения было неоправданным. Зато редакторы при подготовке сложных материалов, где важно было в нужный момент под текст показать конкретный кадр, писали текст, собирали «рыбу» видеоряда и отдавали на чистовую обработку режисерам монтажа, что увеличивало скорость и качество работы.

Соответственно, отрасль четко артикулирует потребность в повышении квалификации и переподготовке сотрудников с учетом данных навыков. Что в переходный период обеспечивает ДПО.

Эксперты по искусственному интеллекту: разработчики и аналитики, внедряющие ИИ в медиапроцессы. На сегодняшний день использование искусственного интеллекта открывает перед медиаотраслью следующие перспективы.

1. Автоматизация рутинных задач, таких как обработка данных, транскрибирование аудио и видео, создание новостных материалов из данных агентств, копирайтинг, архивирование, что освобождает время для более креативной и аналитической работы.
2. Персонализация контента: ИИ может анализировать предпочтения пользователей и предлагать контент, соответствующий их интересам, возникает возможность трансформации и вариативности контента, что повышает вовлеченность аудитории.
3. Мониторинг трендов и анализ аудитории: ИИ может анализировать большие объемы данных из социальных сетей и других источников для выявления глобальных тенденций и прогнозирования их развития, что позволит более точно таргетировать контент и рекламные кампании.
4. Генерация контента: тексты, музыка, видео, графика.
5. Создание виртуальных пространств, виртуальных ведущих, что дает новые интересные инструменты для развития медиа.

Одна из выпускниц кафедры продюсирования Академии медиаиндустрии в своей дипломной работе с помощью искусственного интеллекта создала для ставропольского телевидения «Свое ТВ», на котором работала, ведущую прогноза погоды — Снежану Туманову. В дальнейшем продюсеры «Свое ТВ» сделали ей пару — Роман Цифровой должен был вести выпуски новостей. Но заменить обычных ведущих они так и не смогли.

Однако новые возможности вызывают и ряд проблем.

1. Этические и правовые вопросы, в том числе авторское право и плагиат: использование ИИ для создания контента может привести к сложностям в вопросах авторского права. Очевидно, нам необходимо готовить специалистов по этике искусственного интеллекта. С увеличением использования искусственного интеллекта в медиа-

сфере возникает потребность в экспертах, способных обеспечить этическое использование ИИ. Эти специалисты будут разрабатывать рекомендации по использованию алгоритмов и обеспечивать соблюдение этических норм в производстве контента.

2. Технические и эксплуатационные сложности:
 - инфраструктурные требования: внедрение и поддержка ИИ требуют значительных инвестиций в вычислительные мощности и инфраструктуру;
 - техническая поддержка и обучение персонала: необходимость в высококвалифицированных специалистах для разработки, внедрения и обслуживания ИИ-систем.
3. Социальные и экономические последствия, такие как потеря рабочих мест: автоматизация задач, выполняемых ИИ, может привести к сокращению рабочих мест в медиаиндустрии. И здесь образовательные учреждения должны помочь, занимаясь переподготовкой ставших невостребованными специалистов, обучая их новым профессиям.

Контент-менеджеры, блогеры, инфлюэнс-маркетологи: эксперты в создании и продвижении контента в цифровых медиа. По данным компании Brand Analytics, к марту 2024 г. по сравнению с мартом 2023 г. объем ежемесячного контента в российских соцсетях вырос на 29 %¹.

Самому пожилому блогеру, обучающемуся в данный момент в Академии медиаиндустрии, исполнился 81 год. Возрастные границы блогинга расширяются.

Рисунок иллюстрирует рост ежемесячного контента социальных медиа и дохода интернет-агентств в 2024 г.



¹ В России число авторов в соцмедиа достигло рекордных 69 млн в марте // ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/20633509> (дата обращения: 29.10.2024).

Блогеры — новый сегмент экономики. По оценке АБА (Ассоциация блогеров и агентств), только официально задекларированный доход членов их ассоциации — это 56 агентств — выглядит следующим образом:

- 2023 г. — 30 млрд руб.,
- 2024 г. — прогнозируемые 42,5 млрд руб.².

Блогеры становятся новыми СМИ и не только по финансам, но и по охвату аудитории. У самых популярных ютуберов, несмотря на замедление соцсети, цифры просмотра ролика достигают 10 млн. Число подписчиков тоже исчисляется миллионами.

Блогер на первом этапе своей деятельности всегда мультиспециалист, т. е. один или несколько человек создают контент полностью: продюсирование, съемка, ведение, написание сценария или текста, если требуется, монтаж, спецэффекты, постпродакшн и т. д. Хотя сегодня мы видим, что популярные блогеры неизбежно трансформируются в бренд и редакцию, работающую на него.

Неизбежно потребности блогеров формируют новые специальности: сегодня активно развивается рынок инфлюэнс-маркетинга. За последние 10 лет в России возникли несколько ассоциаций блогеров, агентства, работающие на этом рынке, и ведущие блогерские аккаунты. Зачастую это полноценные компании со штатом сотрудников до 100 чел.

Пример новых профессий в инфлюэнс-маркетинге:

- аккаунт-директор: средняя заработная плата 200 тыс. руб.
- аккаунт-менеджер: средняя заработная плата 100 тыс. руб.
- junior аккаунт-менеджер: средняя заработная плата 60 тыс. руб.

Разработчики VR/AR, специалисты по иммерсивному контенту.

С развитием технологий виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR) возникает целая линейка новых специалистов, часто действующих на стыке профессий и областей применения. По прогнозам PwC, рынок VR и AR в медиа и развлечениях в 2025 г. превысит 70 млрд долл., что создаёт спрос на таких специалистов.

Иммерсивный контент позволяет пользователю взаимодействовать с виртуальной средой, создавая эффект полного погружения, включает 3D-графику, звуковые эффекты, тактильные ощущения. Иммерсивные технологии позволяют не только развлекать, но и обучать, и лечить. Возникает необходимость как в творческих, так и в технических профессиях, чтобы выполнять следующие задачи:

- создание интерактивных 3D-моделей, анимаций и сценариев для VR и AR-приложений;
- разработка учебных симуляций для различных отраслей, таких как медиа, медицина, авиация и промышленность и др.;
- создание интерфейсов для взаимодействия с контентом вряд ли войдет в список профессий медиаорганизаций, но VR/AR маркетинг безусловно специальность медиаорганизаций: внедре-

² Инфлюэнс-маркетинг. Особенности развития // Ассоциация блогеров и агентств. URL: https://aba-media.ru/research_salary_2024/ (дата обращения: 29.10.2024).

ние интерактивных продуктов, позволяющих взаимодействовать с ними в виртуальной среде.

Иммерсивный контент находит применение в различных сферах.

- образование: подготовка специалистов по иммерсивному контенту с помощью иммерсивного контента: использование VR-сред для обучения студентов в таких областях, как медицина или инженерия. Например, симуляции хирургических операций позволяют студентам практиковаться без риска для пациентов;
- маркетинг: бренды используют AR (дополненную реальность) для создания интерактивных рекламных кампаний, позволяя потребителям взаимодействовать с продуктами в виртуальной среде;
- развлечения: игры и кино используют иммерсивные технологии для создания уникального пользовательского опыта, который привлекает аудиторию. Книги также начинают подключать возможности AR;
- работа: моделирование в психотерапии, проверка гипотез, следственные эксперименты, архитектура, дизайн и т. д.

Расширение компетенций в специальностях. Следующая важная задача — работа с существующими специалистами. При дефиците кадров в отрасли важным аспектом является специфическая прослойка сотрудников 45+, высококвалифицированных, опытных, но недостаточно ориентирующихся в современных технологических решениях и умеющих их применять на практике. Регулярная и стабильная переподготовка или повышение квалификации данных работников решает проблему и трудоустройства, и дефицита кадров, повышает стабильность в обществе, способствует реализации нацпроектов «Демография», «Кадры».

ИНТЕГРАЦИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПО

С развитием отечественных разработок появляется потребность перехода на них медиаотрасли. Для этого необходимо создание адаптированных решений для работы с контентом, повышение безопасности данных, разработка новых образовательных программ, оборудование образовательных лабораторий и классов, масштабирование этих образовательных решений на отрасль, включая все регионы страны.

Помимо этого в рамках импортозамещения сегодня создаются десятки новых решений для нужд телекома. Необходим единый центр по мониторингу, оценке и внедрению данных разработок на медиарынок.

В ответ на потребности рынка планируется разработать новые образовательные программы, включающие в себя следующее.

1. Работа с искусственным интеллектом: программы по обучению автоматизации процессов в медиа, использование ИИ для анализа данных и создания контента, обучение преподавателей ИИ для медиаиндустрии.

2. Виртуальная и дополненная реальность: программы по разработке и созданию контента в VR/AR, использование этих технологий в журналистике, образовании, создании анимационного и кино-контента.
3. Онлайн-журналистика и контент-менеджмент: создание и продвижение контента в интернете, работа с платформами для публикации и анализа, SMM-стратегии, инфлюэнс-маркетинг.

СОЗДАНИЕ ЦЕНТРОВ ИЗУЧЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

- Создание нейроработы в медиа для работы с контентом.
- Создание лаборатории для работы с VR и AR технологиями.
- Создание лаборатории для изучения и освоения ИИ.

Система медиаобразования сегодня не успевает за стремительно меняющейся медиасферой: новые профессии появляются ежегодно, однако на разработку и внедрение программ бакалавриата или специалитета, поиск или подготовку соответствующих преподавателей вузам требуется минимум несколько лет. Именно учреждения дополнительного профессионального образования, предлагающие более короткие программы переподготовки и повышения квалификации, способны оперативно реагировать на быстрые изменения потребностей отрасли. Поэтому представляется логичной такая связка: экспертный центр Академии медиаиндустрии регулярно изучает тенденции развития отрасли, обозначает образовательные приоритеты, Академия внедряет короткие программы обучения, удовлетворяя первичную потребность медиарынка. За это время вузы, способные дать более глубокое и фундаментальное образование, пользуясь опытом ДПО, разрабатывают фундаментальные программы по тем направлениям, которые попадают в долговременный отраслевой тренд с учетом прогнозируемой потребности в кадрах.

ЛИТЕРАТУРА

1. В России число авторов в соцмедиа достигло рекордных 69 млн в марте // ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/20633509> (дата обращения: 29.10.2024).
2. Инфлюэнс-маркетинг. Особенности развития // Ассоциация блогеров и агентств. URL: https://aba-media.ru/research_salary_2024/ (дата обращения: 29.10.2024).

Поступила в редакцию 23 января 2025 г.

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОТРАСЛИ

УДК 378:004

И. Н. КЕМАРСКАЯ,
доктор филологических наук,
ведущий научный сотрудник НИС
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: kemarskaya2011@yandex.ru

ОБУЧЕНИЕ КРЕАТИВНОСТИ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

***Аннотация.** Креативность журналистских кадров относится к подразумеваемым компетенциям медиаспециалистов, не являясь приоритетным направлением профессионального образования. Между тем эмпирическая практика требует овладения навыками креативного менеджмента, опирающегося в решениях на ценностные критерии цифровой эпохи. Создание экранной периодики кардинально отличается от создания единичных инновационных продуктов, к которым относятся кинофильмы. Современная медиапродукция требует креативности другого порядка, способностей создавать новые разновидности апробированных форм, отвечающих «повторительному» характеру эстетик постмодерна и метамодерна, признающих эстетическую ценность вариаций. Многолетний практический опыт автора (журналиста, сценариста, редактора, руководителя ТВ-программ) дает возможность опираться на эмпирические знания, формулируя проблемы, назревшие в области управления творческими кадрами.*

***Ключевые слова:** креативность, креативный менеджмент, массовые коммуникации, обучение журналистов.*

I. N. KEMARSKAYA,
Doctor of Philology,
Leading Researcher,
Academy of Media Industry;
Moscow, Russia.
e-mail: kemarskaya2011@yandex.ru

TEACHING CREATIVITY AS A RELEVANT TREND OF MEDIA EDUCATION IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

***Abstract.** As to the creativity of journalistic personnel, it's concerned to be an implied competence of media specialists, but not a priority of professional education. Meanwhile, TV-practice requires increasing demands on mastering skills of creative management. New decisions are being based on the digital*

era value criteria. The creation of screen products fundamentally differs from the creation of individual innovative products, such as the films. Modern media require another mode of creativity, the ability to create new varieties of proven forms, according to the «repetitive» aesthetic nature of postmodernism and metamodernism, accepting the aesthetic value of variations. The author's practical experience (journalistic, screenwriting, editing) provides the basis to formulate the problems, generated in the field of personal creative TV-management.

Keywords: *creativity, creative management, mass communications, journalist training.*

Журналистов не учат креативности как таковой, обучение созданию художественных творений считается прерогативой творческих вузов. Креативные компетенции и навыки у медиапрофессионалов предполагаются, но не они выступают в качестве приоритетной задачи в настоящее время. Материалы научных публикаций и выступления на специализированных конференциях последних лет акцентируют внимание на цифровой гуманитаристике, на обучении созданию контента с помощью искусственного интеллекта, на интенсификации конвергентных навыков профессиональной работы. «Журналисты сегодня должны быть максимально универсальными, мультимедийно думающими и технологически подкованными; в редакциях стали востребованы программисты, мыслящие как журналисты, и журналисты, имеющие навыки программирования. Такой тип журналистов, которых ещё называют сетевыми, стремительно вытесняет с медиарынка тех, кто работает “по старинке”»¹.

Появление новых медийных профессий можно всячески приветствовать, но наступление роботизации ставит под вопрос само существование профессии специалиста-журналиста, даже признавая некоторый архаизм наименования специальности. Медиапрактики ощущают необходимость искать стратегические ресурсы для удержания собственного профессионального статуса создателей уникального контента.

Глобальное расширение медиaprостранства заставляет акцентировать внимание на ценностных основах профессиональных компетенций будущих медиаспециалистов. Ценностный статус эффективной креативности из возможных опций превращается в настоятельную потребность социально-гуманитарного образования, не сводимого к компьютерным технологиям.

Проблема в том, что этот статус подвергается разрушению не только со стороны наступления цифровизации, но и по более глубоким объективным причинам. Во-первых, креативность телевизионных специалистов принципиально, феноменологически отличается от обучения индивидуальному творчеству, практикуемому в художественных вузах. Принципы подготовки работников медиаиндустрий ориентированы не на создание единичных уникальных авторских произведений, а на разработку содержательных вариаций форматной периодической продукции, производимой

¹ *Гаврилов В. В.* К вопросу о развитии специальных компетенций студентов-журналистов вуза в цифровую эпоху // Вестник Сургутского гос. пед. ун-та. 2022. № 1 (76). С. 19–28.

на потоке. Телевизионное зрелище принципиально отличается от обманчиво схожей внешне аудиовизуальной «оболочки» кинофильма, использующего иной образный язык и иную драматургию.

Кино — дитя эстетики эпохи модерна, характерной для начала XX века. Его ключевыми характеристиками являются единичность, уникальность, принципиальная инновационность. «Настоящим кино» в сознании и авторов, и критиков считаются фестивальные фильмы, а поток повторов расценивается как второсортное ремесленное копирование.

Телевидение же возникло на полстолетия позднее, в эпоху постмодерна. Его каноном стала так называемая «эстетика серийности» (термин Умберто Эко), провозглашавшая ценность вариативности, изобретательной комбинаторики, многоуровневого цитирования, эпатажной зрелищности, иронии: «Серия перестает быть бедным родственником искусства, чтобы стать художественной формой, способной удовлетворить новую эстетическую чувствительность. <...> Теперь акцент падает на неразрывный узел «схема—вариация», где вариация представляет гораздо больший интерес, чем схема»².

Ключевой конфликт оценочного противостояния искусства и ремесла, характерный для эстетики модерна (и для педагогических практик, выросших из художественных принципов XX века) теряет силу, его острота размывается. На смену противостоянию приходит смешение искусствоведческого и социально-антропологических подходов. «Составляющими постмодернистской (информационной) цивилизации стали: спутниковое ТВ, видео, ЭВМ, Интернет, электронная почта, сотовая связь, CD-Ромы — все то, что смешивается, пополняется, комбинируется, расширяя социальную память индивида, общества, всей планеты»³. С дальнейшим переходом в пространство метамодерна усиливаются роль процесса по сравнению с результатом, открытость творческого продукта как системы по сравнению с его завершенностью, исчерпанностью.

«Нет ничего более серийного, чем рисунок на галстuke, — писал Умберто Эко, — и в то же время нет ничего более индивидуализированного, чем галстук»⁴. Экранная периодика (в том числе и современная интернет-периодика), подчиняясь эстетике серийности, выводит в приоритеты вариативность, то есть художественное разнообразие внутри единого формата, устойчивая конструкция которого (генеративная модель) самовоспроизводится в каждом новом выпуске программы или блога. Но исходная установка журналистов-профессионалов не дает им проявить себя в полную силу как креативных медиаспециалистов в новых условиях. «Заточенные» на поиск новостей, на информационную составляющую продукта, они оказываются беспомощными при необходимости придумывать вариации, трансфор-

² Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // *Философия эпохи постмодерна: сб. переводов и рефератов / сост. и ред. А. Р. Усманова. Минск: Красико-Принт, 1996. С. 70.*

³ Кириллова Н. Б. *Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Академический проект, 2006. С. 9.*

⁴ Эко У. *Указ.соч. С. 65.*

мировать формы подачи материала, отвечать на драматургические вызовы. Традиционную новостную журналистику можно назвать фиксационной, по-прежнему позиционирующей медиаспециалиста в качестве агрегатора попадающей в кадр реальности и комментатора увиденного. При таком подходе даже максимальное богатство конвергентных навыков корреспондента будет проигрывать компиляционным возможностям искусственного интеллекта и нарастающей множественности фиксаций событийной реальности непрофессиональными медиаигроками.

Профессионалы, получившие профильное творческое образование, чувствуют себя некомфортно на телевизионном поле: приоритетная для них установка на инновационность вызывает к кардинальным переделкам ради улучшения форматной модели вместо поисков разнообразных вариаций внутри формата, учета его ограничений и возможностей. Последствием такого понимания журналистского статуса становится внутренний разлад медиаспециалистов, не позволяющий раскрыться их потенциальным креативным способностям, обрекающий их на заниженную самооценку и даже на уход из профессии.

Кардинальные перемены цифровой эпохи в области психологических установок профессионалов теоретически прорабатываются исследователями на протяжении последних десятилетий, в том числе в плане осмысления креативности как компетенции и ее возможностей. Мы имеем в виду работы психологов и социопсихологов, изучающих признаки появления так называемого креативного класса, к которому относятся и журналисты. Создатель знаменитой «пирамиды потребностей» Абрахам Маслоу предложил разграничивать понимание *первичной креативности* гения (редких и уникальных примеров вдохновенной импровизации) и *вторичной креативности* субъектов всех без исключения сфер постиндустриальной деятельности. А. Маслоу называл ее «предошущением понимания системы, собранием чужих открытий»⁵.

Вторичная креативность подкрепляет тезис о ценности творчества по канонам «эстетики серийности». Она возникает из анализа уже имеющих решения, но разница между творческим поиском и компиляторными функциями искусственного интеллекта заключается в доступном человеку несравнимо большем диапазоне вариаций: словесных стереотипов, переключений дискурсов, использования парадоксов, юмора, подтекстов, рассчитанных на понимание целевой аудиторией сообщения. Автор публицистического бестселлера «Креативный класс» Ричард Флорида связывал рост креативности со сломами традиций, допуская, что устойчивые социальные перемены происходят не в периоды экономического бума, а в периоды кризисов и сомнений. Креативность понималась им как акт привнесения в мир чего-то полезного, эффективного и неочевидного, «объединяющего в себе новизну, полезность и неожиданность»⁶.

⁵ Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы: пер. с англ. М. : Смысл, 1999. С. 64.

⁶ Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. А. Константинова. М. : Классика-XXI, 2011. С. 30.

Исследователь психологии творчества Е. П. Ильин акцентировал связь управления творчеством с алгоритмизацией творческой деятельности, используя термин «специализированная креативность», для которой «особую значимость приобретает профессиональный образец»⁷.

Освоение вторичной креативности неотделимо от умения работать в коллективе, совместно развивать чужие исходные идеи и озарения, владеть навыками групповой творческой деятельности. С расширением медиапространства авторское начало отходит на второй план. Современный поликодовый медиатекст не возникает ниоткуда, он создается группами креаторов, а не гением-одиночкой. Профессиональное качество продукции определяется информационной насыщенностью, изобретательностью «упаковки», скоростью размещения... Интенсификация производства контента, окказиональное расслоение аудитории, нарастающая иммерсивность коммуникаций требуют эффективных решений, возможных только при сложении коллективных усилий. Это разного рода генеративные практики, мозговые штурмы, настроенность на прием чужих озарений как своих с умением продвигать их дальше, эмпатийные навыки, овладение новым типом медиаменеджмента, управление процессами создания аудиовизуального художественного продукта. Хотя иногда к творчески успешным результатам приводят намеренные нарушения устойчивых практик: так, голливудские менеджеры используют для решения творческих задач включение в производственный коллектив новичка, что позволяет успешной сыгранной команде создавать что-то новое более креативно⁸.

В качестве кейс-стади приведем пример из личного практического опыта автора, работавшего художественным руководителем научно-развлекательного телеальманаха «Галилео» (2007–2015, производство телекомпании «ТелеФормат», канал трансляции СТС). При условии ежедневного выхода программы в эфир и почти часового хронометража (48 минут) профессиональные компетенции привлекаемых корреспондентов, в большинстве своем имевших профильное высшее образование, оказывались недостаточными. В течение семи лет группа ведущих специалистов программы еженедельно проводила установочные занятия для авторов-фрилансеров, методически строившиеся на принципах повышения креативных навыков журналистов.

А. Обучение путем «делания». Сложность создания научно-развлекательного сюжета значительно превышает сложность подготовки обычного информационного телесюжета в силу повышенных требований к информационной насыщенности, пониманию научной составляющей темы, необходимости ее популярного изложения в увлекательной, часто юмористической манере. Автор темы проходил все этапы ее разработки, защищая концептуально и визионерски.

⁷ Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. СПб. : Питер, 2012. С. 284.

⁸ Крылов В. К. Дискурсивные и методологические ограничения исследований управления творческими процессами // Общество: философия, история, культура. 2022. № 6. С. 102.

Б. Обучение по аналогии с приемами дизайн-мышления (дивергенции, трансформации, конвергенции). Авторам предлагалось детально разбирать тематически схожие сюжеты с выявлением драматургической структуры, поворотов, степени информационной насыщенности и занимательности. Схожие методики достаточно подробно разработаны в области выработки обучения менеджеров промышленного дизайна, в частности умения инкорпорировать «чужие» мыслительные инструменты, использовать дивергенцию (расширение пространства проектного поля), трансформацию (корректировку концепций) и конвергенцию общих усилий («шлифовку» найденного, устранение несоответствий).

В. Обучение способам многоступенчатых креативных обработок материала. От авторов требовали поисков возможностей повысить исходную привлекательность темы, разработки и драматургической состоятельности сюжета за счет последовательных творческих изменений подходов к решению исходной задачи.

Г. Участие в коллективных «мозговых штурмах». Они стали наиболее продуктивным инструментом для своеобразной «прокачки» навыков вторичной креативности участников творческо-производственного процесса, сэкономили время и повышали самооценку участников. Каждый сюжет подвергался подобному штурму минимум трижды: на этапе обсуждения темы, создания дикторского текста, одновременно служившего сценарием сюжета, и на этапе осмысления отснятого материала.

Д. Обучение навыкам дискурсивных переключений. Так называемые переключения дискурса⁹ предполагают смену углов рассмотрения предмета, смену логических дискурсов, провоцирующих коммуникативные сбои, расширяющих или, наоборот, целенаправленно сужающих поиск оптимального решения. Переход от документального повествования к стилистике игрового фильма, внесение юмористической окраски, опора на принципиальную аттракционность сюжета способствовали расширению спектра вариативных творческих решений.

Следует отметить, что психологической препоной для многих авторов оказывалось стремление отстоять именно свою версию, неспособность увлечься групповым поиском. Эмоционально сложным оказывалось решение выставить собственные находки на коллективное обсуждение, сопровождавшееся компаративными поисками улучшенного варианта. Эффективнее к методам группового поиска адаптировались авторы альманаха, пришедшие в медиапроизводство из других отраслей, то есть не имевшие исходной установки на неприменный успех личного авторства. Наглядность изменения ценностных критериев, как индивидуальных, так и групповых, проявлялась в снятии раздражающего напряжения, в радости общим удачам, в согласии с коллективно найденным решением как наилучшим.

⁹ См.: Николаева О. В., Кохан И. Н. Хроника конференции «Языковая и дискурсивная креативность человека говорящего. Современный мир в языках России, Востока и Запада» // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 429–438.

Выводы. Обучение индивидуальному творчеству, практикуемое в художественных вузах, кардинально отличается от принципов подготовки медиаспециалистов, ориентируемых на создание не единичных произведений, а форматных вариаций периодической продукции. Ценностная составляющая креативности включает в себя способность человека творить в коллективе, подхватывая и совместно развивая чужие исходные озарения. Обучение «вторичной креативности» предполагает переосмысление методологических приемов профессионального обучения журналистов как креаторов, интеграцию межотраслевых практик постиндустриального производства. Смена вех требует от медиаспециалистов овладения особой, профильной креативностью, характерной для групповой работы в среде форматных экранных технологий, художественной изобретательностью, повышающей устойчивость медиапрофессий перед наступлением искусственного интеллекта. Необходим пересмотр наборов профессиональных критериев, компетенций и инструментов, включающий обучение навыкам групповых мозговых штурмов, дискурсивных переключений, экспертного анализа уже имеющихся решений, многоступенчатого поиска вариаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гаврилов В. В.* К вопросу о развитии специальных компетенций студентов-журналистов вуза в цифровую эпоху // Вестник Сургутского гос. пед. ун-та. 2022. № 1 (76). С. 19–28.
2. *Ильин Е. П.* Психология творчества, креативности, одаренности. СПб. : Питер, 2012.
3. *Кириллова Н. Б.* Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2-е изд.; перераб. и доп. М. : Академический проект, 2006.
4. *Крылов В. К.* Дискурсивные и методологические ограничения исследований управления творческими процессами // Общество: философия, история, культура. 2022. № 6. С. 100–103.
5. *Маслоу А.* Новые рубежи человеческой природы: пер. с англ. М. : Смысл, 1999.
6. *Николаева О. В., Кохан И. Н.* Хроника конференции «Языковая и дискурсивная креативность человека говорящего. Современный мир в языках России, Востока и Запада» // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 429–438.
7. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. А. Константинова. М. : Классика-XXI, 2011.
8. *Эко У.* Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна: сб. переводов и рефератов / сост. и ред. А. Р. Усманова. Минск : Красико-Принт, 1996. С. 48–73.

Поступила в редакцию 23 января 2025 г.

А. А. АНДРЕЕВ,
доцент кафедры сценарного мастерства
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: *temny-les@yandex.ru*

И. А. АЗЕРСКАЯ,
доцент кафедры сценарного мастерства
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: *azersia38@yandex.ru*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОРМАТА АКСЕЛЕРАТОРА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ХОДЕ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СЦЕНАРНЫХ ПРОЕКТОВ

***Аннотация.** В статье рассматривается популярный формат акселератора, его индустриальный и образовательный потенциал в контексте сценарного производства в рамках современной отечественной медиаиндустрии.*

***Ключевые слова:** цифровое образование, образовательный акселератор, сценарный акселератор, дополнительное образование, надпрофессиональные компетенции.*

A. A. ANDREEV,
Associate Professor of the Screenwriting Department,
Academy of Media Industry;
Moscow, Russia.
e-mail: *temny-les@yandex.ru*

I. A. AZERSKAYA,
Associate Professor of the Screenwriting Department,
Academy of Media Industry,
Moscow, Russia.
e-mail: *azersia38@yandex.ru*

USING THE ACCELERATOR FORMAT FOR THE FORMATION OF SUPRA-PROFESSIONAL COMPETENCIES AS PART OF DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF SCENARIO PROJECTS

***Abstract.** The article examines the popular accelerator format, its industrial and educational potential in the context of scenewriting production within the framework of the modern Russian media industry.*

***Keywords:** digital education, educational accelerator, screenwriter accelerator, additional education, supra-professional competencies.*

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФОРМАТА

Концептуальным прообразом нынешних бизнес-инкубаторов и акселераторов считают исследовательский комплекс Томаса Эдисона. Его построили в 1887 г. в Нью-Джерси. Он включал в себя химическую, физическую, металлургическую и другие лаборатории, имел библиотеку и мастерские.

Первый бизнес-инкубатор, целью которого было стимулирование развития стартап-компаний, появился в 1959 г.¹ История возникновения современного формата акселератора восходит к 1990 годам, появлению интернета (после запуска первого интернет-браузера Mosaic в 1993 г.) и связанным с ним технологиям – так называемым бумом доткомов в США. В то время в IT-сфере был популярен формат стартап-инкубатора, на слуху были такие названия, как HotBank, TechSpace, где технологические стартапы могли получить от крупных корпораций финансовую, юридическую и социальную поддержку. После обвала доткомов возникла вторая волна популярности той же идеи в формате стартап акселератора. Первым в мире акселератором такого формата стал Y Combinator в 2005 г., а в России первым был стартап-акселератор AddVenture в технопарке Троицка в 2008 г. Таким образом акселератор стал популярным форматом, при помощи которого крупные организации инвестируют в стартап-проекты на ранней стадии в обмен на долю в капитале стартапа².

На данном этапе существования акселератора IT-бизнес стал катализатором интереса к этому формату со стороны как корпораций, так и образовательных, научных организаций – от мелких и частных до крупных и государственных. Таким образом рамки формата бизнес-акселератора были существенно раздвинуты. Ныне образовательные и научные акселераторы получили широкое распространение практически наравне с их прародителями. Сейчас на слуху такие разноплановые российские акселераторы, как фонд «Сколково», МГУ, акселерационная программа Catalyst Новосибирского государственного университета, GenerationS, Mendeleev, Fintech Lab, акселератор «Сбербанка», МТС Стартап Хаб.

В декабре 2011 г. Правительство РФ утвердило стратегию инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г., в рамках которой были обозначены самые разнообразные инструменты для поддержания и развития инновационной деятельности³.

К 2013 г. количество российских стартап-акселераторов существенно выросло и составило более двухсот. Закон № 217-ФЗ, датированный августом 2009 г., стал спусковым механизмом этого роста⁴.

¹ Тан Дж. Включиться и работать // Бизнес-журнал Санкт-Петербург. 2013. № 10. С. VII–X.

² Пивоварова Д. М., Крюкова А. А. Акселераторы в инновационном бизнесе // European Science. 2015. № 6. С. 18–21.

³ Матерова А. А., Крюкова А. А. Государственное регулирование инновационной деятельности в России // European Research. 2015. № 6 (7). С. 24–26.

⁴ Фалалеев Д. Рейтинг. Топ-10 самых активных акселераторов в России. URL: <https://web.archive.org/web/20150713132655/http://slon.ru/biz/1036374/>.

Итак, какова структура типичного стартап-акселератора?

1. Пре-акселерация, отбор проектов для дальнейшего участия в самом акселераторе.
2. Нетворкинг и офлайн-мероприятия, обмен участниками опытом, социальное взаимодействие.
3. Образовательные программы, конкурсные программы, взаимодействие с менторами.
4. Итоговая экспертная оценка проектов участников, обратный отклик от профессионалов индустрии.
5. Выбор победителей программы, дальнейшее юридическое и PR-сопровождение, инвестиции в стартап.

Итог — инвестиции в стартап, возможность реализовать свой проект в рамках современной индустрии, получение участниками надпрофессиональных компетенций, участие в сообществе данной тематики, понимание структуры актуального производства и продвижение конечного продукта на медиарынке.

ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМАТА АКСЕЛЕРАТОРА В МИРОВОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ

В медиаиндустрии также сложилась практика работы с этим новым форматом разработки проектов и технологий. Приведем несколько примеров.

- В 2014 г. запущен акселератор крупнейшей корпорации «Дисней», являющейся разработчиком не только в сфере анимационной продукции, но и давно охватившей весь спектр медиапроизводства — от кино до игровой индустрии, технологий искусственного интеллекта, разработок в области технологий дополненной реальности.
- Imagine Impact (наследник YC-combinator), запущенный в 2018 г. в Голливуде, комплексный акселератор для контент-мейкеров и сценаристов в области индустрии развлечений.
- Impact Australia 2 screenwriter accelerator program — австралийский сценарный акселератор, существует с 2021 г.
- WO accelerator, запущенный в Лос Анджелесе в 2023 г. в виде специальной интернет-платформы для независимых продюсеров, сценаристов, и контент-производителей.

ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМАТА АКСЕЛЕРАТОРА В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ

В российском кино-, медиапроизводстве также были запущены свои акселерационные программы в области создания сценарных продуктов, среди которых:

- Premier Studios, хоррор акселератор (2019);

- Premier Studios, хоррор, триллер⁵ и документальный акселераторы (2020)⁶;
- Акселератор сериалов Moscow Film Accelerator (2021) — организатор Московская школа кино и Агентство креативных индустрий, учреждённое Департаментом предпринимательства и инновационного развития города Москвы⁷;
- Акселератор анимационных проектов Дальнего Востока от анимационной компании «ЯРКО» (2023);
- Сценарный акселератор Союза кинематографистов России (2024) — запущен в Новосибирском государственном университете в рамках Фестиваля научного и индустриального кино Сибири «Кремний»⁸.

Следует отметить, что одним из серьезных катализаторов спроса на данный формат в его онлайн-версии стала эпидемия COVID-19. Таким образом, в постковидную эру онлайн-составляющая акселератора стала доминирующей.

АКСЕЛЕРАТОР СЦЕНАРНЫХ ПРОЕКТОВ СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМА (2023) КАК НАГЛЯДНЫЙ ПРИМЕР СОЗДАНИЯ ГИБРИДНОГО БИЗНЕС- И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ФОРМАТА

Анимационная студия «Союзмультфильм» занимается самыми разными образовательными проектами. Традиционно детская целевая аудитория является главной для студии, и поэтому сразу несколько образовательных программ параллельно ведется студией на портале «Союзмультклуб» для детей самых разных возрастов — от дошколят до старших школьников. Это и онлайн-программы, и офлайн курсы. Также студия является партнером департамента образования Москвы, в сотрудничестве с которым «Союзмультфильм» разработал программу творческого развития для дошкольников и младшеклассников⁹.

Однако «Союзмультфильм» интересуют форматы не только детского цифрового образования. Новые и актуальные разработки для уже взрослых и, кажется, состоявшихся в индустрии профессионалов также осваиваются студией. Одним из таких форматов является сценарный акселератор. Цель студии — поиск новых идей, доведение их до готового полноценного продукта и их коммерциализация.

⁵ Напугай их всех: PREMIER Studios запустил акселератор идей для кинематографистов Сибири. URL: <https://primamedia.ru/news/954019/> (дата обращения: 20.11.2024).

⁶ Premier Studios начнет производство документального кино и сериалов. URL: <https://www.vokrug.tv/article/show/15892788621/?ysclid=m4d0ik1jje784210764> (дата обращения: 20.11.2024).

⁷ Все помешались на стримингах, и это нормально. До 30 июля принимает заявки Moscow Film Accelerator, своего рода творческая лаборатория для авторов и продюсеров сериалов. URL: <https://seance.ru/articles/moscow-film-accelerator/?ysclid=m4d0yipi3b394698766> (дата обращения: 20.11.2024).

⁸ Сценарный акселератор состоялся в НГУ. 17.04.2024 г. URL: <https://www.nsu.ru/n/humanities-institute/media/news/3755051/> (дата обращения: 20.11.2024).

⁹ «Союзмультфильм» и департамент образования Москвы представили совместный образовательный проект. 08.11.2018 г. URL: <https://www.mskagency.ru/materials/2834096?ysclid=m4d36p80xb348904673> (дата обращения: 20.11.2024).

Задачи акселератора таковы: получить новые интересные сценарии для пополнения своего сценарного портфеля без серьезных финансовых вложений в сторонние структуры, развить надпрофессиональные компетенции своих сотрудников, выявить драматургические таланты работников смежных профессий в рамках структуры студии, развить навыки и обогатить профессиональный репертуар уже имеющихся в студии сценаристов.

Дополнительным плюсом можно рассматривать заполнение разрыва между творческими ожиданиями участников и реальной возможностью вписать в производственный цикл студии интересный сценарный проект.

Цель участников — реализация творческих амбиций, финансирование своего проекта при условии победы в финальном конкурсе, получение новых сценарных компетенций.

Для адаптации модели стартап-акселератора к своим потребностям «Союзмультфильм» разработал гибрид образовательного и бизнес-акселератора.

На самом первом этапе происходила пре-акселерация, то есть отбор проектов. Для этого участникам нужно было подать онлайн краткую сценарную заявку и визуальную презентацию. Таким образом студия имела возможность оценить не только сценарную идею, но и видение образа создателями сценария.

Круг участников был ограничен, так как это был внутренний акселератор «Союзмультфильма». И тем не менее в нем могли участвовать сотрудники любой специальности: сценаристы, редакторы, художники, аниматоры, продюсеры. А вот команды могли состоять как из одних сценаристов, так и из одних художников. Но в большинстве случаев вопрос решался, если на то было желание основной команды, таким образом художников удавалось обогатить опытом сценаристов, и наоборот.

Заявок было подано много, поэтому отборочные питчинги растянулись на неделю. После чего в течение трех недель жюри более подробно знакомилось с представленными проектами, и в результате обсуждения были объявлены результаты лонг-листа с наиболее интересными проектами для последующей акселерации.

На втором этапе началась интенсивная лекционная работа, сочетающая как потоковые лекции по анимационной драматургии, особенностям технологии производства контента студии, так и индивидуальные консультации с кураторами проектов, выполнение заданий, разработка своего сценарного проекта.

В завершение второго этапа состоялся питчинг, результатом которого стало формирование шорт-листа из наиболее перспективных с точки зрения студии проектов.

На третьем этапе проходили встречи с экспертами «Союзмультфильма», еще более плотная и продолжительная работа с кураторами, работа в группах (так называемые «мозговые штурмы»), обсуждение уже более детально проработанных проектов, проработка диалогов, написание пилотной серии сериала с синопсисом сезона или первого акта полного метра с дальнейшим

поэпизодным планом, подготовка развернутой сценарной заявки, создание презентации с визуальной проработкой главных героев и мира проекта.

Можно отметить, что в конце многие участники внесли существенные изменения в идею проекта, его сценарную часть, а презентации были практически перестроены с учетом изменений и в его образной составляющей. Что говорит о безусловной пользе данного мероприятия, так как специалисты, являющиеся не сценаристами, а именно художники, аниматоры, видеомонтажеры, продюсеры приобрели надпрофессиональные навыки в драматургии, что позволило им создать более продуманный, интересный, яркий проект, готовый к реализации, а победители акселератора-2023 получили возможность реализовать свои сценарные проекты в рамках производственного цикла студии — на 2025–2026 гг.

ВЫВОДЫ

В процессе адаптации бизнес-формата стартап-акселератора к нуждам медиапроизводства студией «Союзмультфильм» был создан прецедент интересного образовательного, производственного и социального проекта, обогатившего участников новым опытом, а студию — новыми и интересными сценариями. Каждый из финалистов в итоге довел до уровня стандартов индустрии свой изначальный проект, освоил необходимый формат конечного продукта для дальнейшего возможного продвижения.

В силу специфики медиапроизводства крупные корпорации не спешат предоставлять открытый доступ к своей технологической базе и производственным ресурсам. Вот и «Союзмультфильм» также ограничил круг участников сценарного акселератора только своими сотрудниками и партнерами. Возможно, в рамках стратегии перестраховки положительный эффект был ограничен студией заранее на случай неуспеха проекта. Также вызывает неоднозначную реакцию долговременное планирование производства и связанная с ним существенная задержка запуска сценарных проектов победителей акселератора.

Однако опыт создания такого гибридного бизнес- и образовательного формата в соединении онлайн- и офлайн-форм обучения, вписанного в рамки современного медийного производства, несомненно заслуживает внимания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Все помешались на стримингах, и это нормально. До 30 июля принимает заявки Moscow Film Accelerator, своего рода творческая лаборатория для авторов и продюсеров сериалов. URL: <https://seance.ru/articles/moscow-film-accelerator/?ysclid=m4d0upi3b394698766> (дата обращения: 20.11.2024).
2. Матерова А. А., Крюкова А. А. Государственное регулирование инновационной деятельности в России // European Research. 2015. № 6 (7). С. 24–26.

3. Напугай их всех: PREMIER Studios запустил акселератор идей для кинематографистов Сибири. URL: <https://primamedia.ru/news/954019/> (дата обращения: 20.11.2024).
4. Пивоварова Д. М., Крюкова А. А. Акселераторы в инновационном бизнесе // European Science. 2015. № 6. С. 18–21.
5. Premier Studios начнет производство документального кино и сериалов. URL: <https://www.vokrug.tv/article/show/15892788621/?ysclid=m4d0ik1jie784210764> (дата обращения: 20.11.2024).
6. «Союзмультфильм» и департамент образования Москвы представили совместный образовательный проект. 08.11.2018 г. URL: <https://www.mskagency.ru/materials/2834096?ysclid=m4d36p80xb348904673> (дата обращения: 20.11.2024).
7. Сценарный акселератор состоялся в НГУ. 17.04.2024 г. URL: <https://www.nsu.ru/n/humanities-institute/media/news/3755051/> (дата обращения: 20.11.2024).
8. Тан Дж. Включиться и работать // Бизнес-журнал Санкт-Петербург. 2013. № 10. С. VII–X.
9. Фалалеев Д. Рейтинг. Топ-10 самых активных акселераторов в России. URL: <https://web.archive.org/web/20150713132655/http://slon.ru/biz/1036374/>.

Поступила в редакцию 23 января 2025 г.

УДК 371.39; 791.43

Я. А. ПАРХОМЕНКО,

кандидат искусствоведения, профессор,
заведующая кафедрой сценарного мастерства и искусствоведения
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: ivanna2001@yandex.ru

Н. В. ШИМОНОВА,

кандидат искусствоведения, профессор кафедры
сценарного мастерства и искусствоведения
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: rossetty@yandex.ru

МОДЕЛИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ СЦЕНАРНОМУ МАСТЕРСТВУ

***Аннотация.** Дистанционное обучение сегодня становится все более популярным и доступным. Преподаватели творческих профессий также стремятся осваивать новые форматы, что требует всестороннего анализа особенностей дистанционного обучения и разработки новых стратегий и форм взаимодействия с учащимися в контексте обучения сценаристике. В статье утверждается, что в эпоху нейронных сетей и искусственного интеллекта способность быстро адаптироваться к новым образовательным форматам стала необходимым условием карьерного роста, особенно в сфере культуры и искусства. Представленный анализ позволяет сделать вывод о том, что онлайн-методы обучения творческим профессиям только набирают обороты, а разнообразие моделей и форматов будет продолжать расширяться в будущем.*

***Ключевые слова:** современные технологии, дистанционное обучение, образование, цифровизация, вебинар, сценарное мастерство, онлайн.*

Y. A. PARKHOMENKO,

PhD in Art Sciences, Professor,
Head of the Screenwriting and Art Sciences Department,
Academy of Media Industry;
Moscow, Russia.
e-mail: ivanna2001@yandex.ru

N. V. SHIMONOVA,

PhD in Art Sciences, Professor
of the Screenwriting and Art Sciences Department,
Academy of Media Industry;
Moscow, Russia.
e-mail: rossetty@yandex.ru

DISTANCE LEARNING MODELS FOR SCREENWRITING

Abstract. *Distance learning is becoming increasingly popular and accessible today. Teachers of creative professions are also moving toward exploring new formats, which necessitates a comprehensive analysis of the characteristics of distance learning and the development of new strategies and forms of interaction with learners in the context of teaching screenwriting. The article argues that in the era of neural networks and artificial intelligence, the ability to adapt swiftly to new educational formats has become a prerequisite for career advancement, particularly in the fields of culture and the arts. The analysis presented concludes that online teaching methods in creative professions are only gaining momentum, and the diversity of models and formats will continue to expand in the future.*

Keywords: *modern technologies, distance learning, education, digitalization, webinar, screenwriting, online.*

ВВЕДЕНИЕ

Современные технологии активно трансформируют систему образования, создавая новые возможности для профессионального обучения, в том числе в области творческих дисциплин. Дистанционное обучение, когда-то считавшееся менее эффективной формой образования, сегодня становится все более востребованным и доступным форматом, позволяющим обучать специалистов независимо от их географического положения. Одно из наиболее известных и общих определений термина «дистанционное обучение» принадлежит доктору педагогических наук Е. С. Полат, которая под данным понятием предложила понимать особую «форму обучения, при которой взаимодействие учителя и учащихся и учащихся между собой осуществляется на расстоянии и отражает все присущие учебному процессу компоненты (цели, содержание, методы, организационные формы, средства обучения), реализуемые специфическими средствами Интернет-технологий или другими средствами, предусматривающими интерактивность»¹. Сегодня дистанционные методы получили массовое распространение, что подтолкнуло преподавателей творческих профессий к поиску новых форматов взаимодействия с обучающимися.

В эпоху цифровизации и глобализации умение адаптироваться к новым форматам образования становится необходимым условием для карьерного роста, особенно в сфере культуры и искусства. По направлениям дистант-образования уже сегодня доступны несколько различных форматов обучения: преподаватель — студент или же самостоятельное прослушивание или просмотр лекционного кейса в свободное время в удобном режиме, который может включать в себя тексты, аудио, видео или анимацию, сетевое образовательное пространство и открытые чаты с сокурсниками и препода-

¹ Полат Е. С. Теория и практика дистанционного обучения: учеб. пособие для студентов высших педагогических учебных заведений / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина, М. В. Моисеева. М. : Академия, 2004. С. 17.

давателями, иначе говоря: «основной принцип современной коммуникации — доставка информации потребителю туда, куда ему надо, тогда, когда ему удобно, и в том виде, в каком ему хочется»².

Обучение творческим дисциплинам в дистанционном формате имеет свою специфику. В отличие от многих технических дисциплин, где основное внимание уделяется передаче теоретического материала, творческие специальности требуют постоянного взаимодействия, обратной связи и вдохновения от других участников процесса. Творческий процесс — будь то написание сценария, живопись или фотография — часто требует обмена идеями, анализа работ и коррекции на основе мнения других людей. Это делает задачу организации дистанционного обучения сложной, так как здесь требуются инструменты и методы, поддерживающие взаимодействие и обратную связь.

Сценарное мастерство — одна из тех дисциплин, где традиционно отдается предпочтение интерактивному и личному общению, ведь развитие навыков сценариста требует от студентов не только теоретических знаний о структуре и элементах сценария, но и глубоких навыков в создании диалогов, проработке персонажей и построении сюжета. Этот процесс связан с последовательными циклами создания и редактирования текста, получением обратной связи и корректировками, что предполагает коллективный анализ текстов, обсуждение идей и регулярную обратную связь от преподавателя. Иначе говоря, чтобы обучение было эффективным, студентам необходимо регулярно практиковаться и получать советы от своих мастеров и сокурсников.

Однако дистанционные форматы открывают новые возможности для повышения квалификации и профессиональной переподготовки, предоставляя доступ к образованию людям, которые иначе могли бы остаться без него. Практические задачи дистанционного обучения творческим специальностям включают организацию рабочих сессий, групповых обсуждений и консультаций с преподавателем. Важно обеспечить учащихся возможностями обсуждать свои работы, анализировать примеры и работать в группах, несмотря на дистанционный формат.

Необходимость рассмотреть модели дистанционного обучения для курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки в области сценарного мастерства заключается в актуальности и целесообразности систематизации различных подходов, оценке их эффективности и выявлении наилучших практик для подготовки молодых сценаристов, адаптированных к современной медийной среде.

Сценарное мастерство требует навыков, которые часто осваиваются в процессе живого общения, практических упражнений и обсуждений. Как же эти навыки могут эффективно передаваться в условиях дистанционного обучения? Сценарий, по сути, представляет собой текст, наполненный

² Загидуллина М. В. Интермедиаальность в эпоху тотальной медиатизации: как технологии влияют на литературу и ее теорию // Павермановские чтения. Литература. Музыка. Театр: сб. науч. трудов. Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. С. 63.

действием, диалогами и динамикой, что требует не только умения писать, но и понимания, как передать это действие, создать эффект присутствия, который часто сложно воспроизвести в онлайн-формате. В традиционных классах студенты часто работают в группах, читая и обсуждая сцены, что позволяет моментально корректировать и улучшать сценарии. На занятиях с преподавателем у студентов есть возможность получить обратную связь и критические замечания на месте. В дистанционном формате такие взаимодействия затруднены, особенно в случае асинхронного обучения, где нет прямого контакта с преподавателем. Зато синхронные занятия, такие как вебинары и онлайн-дискуссии, могут частично удовлетворить эту потребность. Сегодня многие образовательные платформы предлагают курсы по сценарному мастерству, но не все из них успешно адаптировали этот предмет к дистанционному формату. Coursera и Udemy, например, предлагают курсы по основам сценарного мастерства, доступные в асинхронном формате, где студенты проходят курс в удобное для них время. В то же время Skillbox и Netology используют более интерактивные форматы, включая вебинары и живые сессии, которые позволяют студентам получить мгновенную обратную связь от преподавателей и сверстников.

МОДЕЛИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Анализ существующих моделей дистанционного обучения позволяет исследовать различные подходы к обучению, включая асинхронные курсы, вебинары, менторские программы и гибридные модели, каждый из которых предлагает свои преимущества и ограничения для сценарного мастерства, что позволяет определить, какие методы наиболее приемлемы для обучения сценарному мастерству и как они могут быть эффективно использованы в программах повышения квалификации и профессиональной переподготовки. Далее выявляются особенности применения этих моделей в обучении сценаристов: оценка специфики каждого подхода в зависимости от целей программы (повышение квалификации или профессиональная переподготовка), уровня обучающихся и доступных ресурсов, а также проводится оценка возможностей и ограничений дистанционных форматов: выявление сильных и слабых сторон дистанционного обучения для творческих дисциплин, которые требуют активного взаимодействия и обратной связи.

Современные модели дистанционного обучения обеспечивают множество возможностей для профессионального развития в сфере сценарного мастерства. Они представлены двумя основными форматами: асинхронное и синхронное обучение, на базе которых формируются четыре основные модели: самостоятельное онлайн-обучение (асинхронное), интерактивные вебинары и мастер-классы (синхронное), менторские и проектные программы, а также гибридные модели, сочетающие элементы обоих форматов. Каждая из этих моделей имеет свои преимущества и ограничения, а также уникальные особенности, влияющие на качество и результаты обучения.

Асинхронный формат позволяет студентам самостоятельно выбирать время для занятий и темп освоения материала. Материалы курса, такие

как видеоуроки, статьи, презентации и тесты, доступны в любое время. Асинхронное обучение подходит для людей с плотным графиком, но часто страдает от недостатка обратной связи и живого взаимодействия с преподавателем. Например, платформа Coursera предлагает курсы сценарного мастерства в асинхронном формате. Такие курсы, как Write Your Screenplay (Michigan State University), включают записи лекций, списки литературы и тесты для самопроверки. Студенты могут проходить курс в удобное для них время, но для обратной связи обычно доступен форум, а не живые сессии.

Таким образом, асинхронное обучение предполагает самостоятельное изучение материалов студентом, без необходимости присоединяться к занятиям в определённое время. Этот формат особенно удобен для работающих специалистов, поскольку позволяет им выбирать удобное время для обучения и регулировать собственный темп.

Преимущества асинхронного формата в следующем.

1. Гибкость: студенты могут обучаться в любое время, что особенно удобно для тех, кто совмещает обучение с работой.
2. Доступность: большинство асинхронных курсов предоставляет доступ к видеоурокам, презентациям и текстам, что позволяет студентам повторять и пересматривать материалы.
3. Удобство: асинхронные курсы позволяют специалистам поддерживать и развивать свои навыки без необходимости отрыва от основной деятельности.
4. Цифровые инструменты для совместной работы: использование виртуальных досок, онлайн-чата и других цифровых инструментов упрощает коллективное творчество. Например, студенты могут обсуждать идеи в общих чатах и загружать свои работы для коллективного просмотра и обсуждения.

Однако имеются следующие ограничения.

1. Недостаток обратной связи: хотя некоторые платформы предоставляют возможность оставлять комментарии, асинхронные курсы редко включают систематическую обратную связь от преподавателя, что может затруднять процесс исправления ошибок.
2. Отсутствие живого общения: студент лишен возможности сразу задать вопросы преподавателю или обсудить материал с другими участниками, что особенно важно для дисциплин, требующих взаимодействия и обсуждения, таких как сценарное мастерство.

Синхронный формат (интерактивные вебинары и мастер-классы) подразумевает обучение в режиме реального времени. Здесь студенты подключаются к вебинарам, видеоконференциям или другим синхронным сессиям и получают возможность задавать вопросы, участвовать в обсуждениях и получать мгновенную обратную связь. Этот формат позволяет создать атмосферу взаимодействия и присутствия, что особенно важно для творческих дисциплин. Так, например, платформа Skillbox предлагает синхронные курсы, на которых студенты участвуют в вебинарах и мастер-классах с преподавателем и группой. Например, курс сценарного мастерства может

включать практические задания, разбор работ студентов и живые обсуждения, что помогает создать эффект присутствия и интерактивного взаимодействия. Синхронное обучение в формате вебинаров и мастер-классов предполагает присутствие студентов и преподавателей в одно и то же время в виртуальном пространстве, например через МТС ЛИНК или другую платформу для видеоконференций. Этот формат позволяет создать атмосферу взаимодействия и способствует обмену идеями и мгновенной обратной связи.

Преимущества синхронного формата состоят в следующем.

1. Живое общение: студенты могут взаимодействовать с преподавателем и другими участниками в режиме реального времени, что стимулирует обсуждение и коллективное обучение.
2. Мгновенная обратная связь: преподаватель может сразу реагировать на вопросы и корректировать ответы, что важно для дисциплин, где требуется анализ работы.
3. Коллективные обсуждения: сценарное мастерство, требующее анализа и разборов, выигрывает от интерактивного формата, так как участники могут вместе обсуждать сцены, персонажей и сюжеты.

Но здесь также есть свои ограничения.

1. Зависимость от расписания: студенты должны подстраиваться под расписание занятий, что может быть неудобно для работающих специалистов.
2. Технические трудности: иногда возникают проблемы с подключением к интернету, что может мешать получению знаний и затруднять участие в занятии.

Практические задачи дистанционного обучения творческим специальностям включают организацию рабочих сессий, групповых обсуждений и консультаций с преподавателем. Важно, чтобы у учащихся была возможность обсуждать свои работы, анализировать примеры и работать в группах несмотря на дистанционный формат.

В Академии медиаиндустрии на платформе МТС ЛИНК курс сценарного мастерства построен таким образом, что преподаватель проводит обсуждения в малых группах, используя функцию групповых сессий. Это позволяет студентам обсуждать идеи и сюжеты в малых группах, что помогает поддерживать интерактивный процесс.

Теоретические аспекты дистанционного обучения для творческих дисциплин требуют пересмотра привычного подхода к подаче материала. Например, создание видеолекций или записей демонстраций — это шаг, который позволяет студентам повторно пересматривать материал, что может быть полезно для изучения сложных теоретических аспектов сценарного мастерства, таких как структура сюжета или типы конфликта.

Интерактивный подход — это ключевой элемент в обучении сценаристов, так как каждый сценарий уникален и требует внимательного подхода к проработке. Интерактивный подход подразумевает не только изучение материалов, но и обсуждение собственных работ с преподавателем и другими

студентами, анализ их восприятия и реакций. Интерактивность позволяет студентам не просто обучаться, но и участвовать в процессе творчества, что необходимо для профессионального развития сценариста.

Практические упражнения в сценарном мастерстве играют центральную роль, поскольку именно через практику студенты начинают понимать, как строить сценарий, раскрывать конфликт и развивать персонажей. Регулярные задания и проекты помогают закрепить знания, полученные в теории, и применить их на практике. В курсе сценарного мастерства Академии медиаиндустрии предусмотрены задания, предлагающие слушателям создавать определенные сценарные сцены, например вступительные сцены или кульминации. Студенты загружают свои работы на платформу, где преподаватель и другие студенты могут оставлять комментарии, что дает возможность каждому участнику получить ценную обратную связь и советы по улучшению.

Таким образом, при обучении сценарному мастерству в дистанционном формате важно учитывать, что процесс создания сценария требует регулярного взаимодействия, анализа и обсуждения, а также обратной связи. Модели дистанционного обучения должны включать элементы, поддерживающие интерактивность и практику, чтобы студенты могли полностью погрузиться в процесс написания сценариев и оттачивать свои навыки.

Дополнительные форматы предполагают более сложные и индивидуализированные методики.

Менторские программы представляют собой формат, при котором студент работает под руководством опытного наставника, что позволяет глубже погружаться в дисциплину и получать персонализированную обратную связь. **Проектные программы** добавляют к этому подходу задания, направленные на создание законченного проекта, что особенно актуально для сценаристов.

Этот формат имеет свои преимущества.

1. Индивидуальный подход: каждый студент работает с наставником, который дает обратную связь и помогает корректировать ошибки.
2. Глубокая проработка проектов: проектные программы часто включают работу над конкретными сценариями, что позволяет студентам оттачивать навыки на практике.
3. Тесное взаимодействие с мастером: студенты получают постоянную поддержку и советы, что повышает уровень их подготовки.

Например, в Академии медиаиндустрии предусмотрены программы, в рамках которых каждый студент создаёт свой сценарий под руководством мастера-наставника, который проверяет выполненные задания и вносит правки, а затем предоставляет студенту рекомендации, как улучшить сценарий. Этот подход помогает студентам глубже осознать процесс написания сценариев.

Этот формат очень эффективен, однако имеет следующие ограничения.

1. Ресурсоемкость: программы с индивидуальным наставничеством требуют больше ресурсов и времени со стороны преподавателей.

2. Требования к квалификации наставников: качество обучения сильно зависит от опыта и навыков наставников, что может быть ограничивающим фактором.

Гибридные модели дистанционного обучения сочетают элементы асинхронного и синхронного обучения. Они предусматривают, что студенты проходят самостоятельное обучение на основе видеолекций, текстов и тестов, но также имеют возможность участвовать в живых занятиях, мастер-классах и проектных встречах.

Преимущества этого формата следующие.

1. Гибкость и интерактивность: студенты могут изучать материал в удобное время, но при этом участвовать в живых обсуждениях, что повышает вовлеченность.
2. Чередование форматов: сочетание асинхронных и синхронных элементов позволяет адаптировать процесс обучения под потребности каждого студента.

Например, в Академии медиаиндустрии есть курсы, в рамках которых слушатели просматривают записанные лекции, а затем участвуют в вебинарах и мастер-классах. Программа включает этапы самостоятельного обучения, но при этом слушатели регулярно встречаются с преподавателем в синхронных сессиях, что поддерживает их вовлеченность и мотивацию.

Возможны ограничения следующего характера.

1. Сложность организации: гибридный формат требует тщательной координации синхронных и асинхронных элементов, чтобы они дополняли друг друга.
2. Затраты времени: участники могут испытывать трудности с тем, чтобы найти время для всех видов занятий.

Таким образом, каждая из моделей дистанционного обучения имеет свои особенности, которые могут быть полезны в зависимости от целей и уровня подготовки студентов.

Стоит заметить, что помимо образовательных курсов, предлагаемых Академией медиаиндустрии, на российском рынке сегодня действует несколько крупных образовательных платформ, которые тоже предлагают курсы сценарного мастерства в дистанционном формате. Каждая из этих платформ использует свою модель обучения, адаптированную для работы с творческими направлениями.

Skillbox: предоставляет программы по сценарию, включая курсы по созданию короткометражных фильмов и написанию сценариев для сериалов. Программа курсов включает видеолекции, тестовые задания, домашние задания, которые студенты загружают на платформу, и обратную связь от преподавателей. Skillbox часто организует интенсивы, где студенты могут работать над проектами и обсуждать их с профессионалами индустрии.

Нетология: предлагает курс «Сценарное мастерство» с упором на написание сценариев для кино и телевидения. Курс включает как теоретические лекции, так и практические задания, которые проверяются наставниками.

Нетология активно привлекает экспертов из индустрии, а в конце курса студенты представляют финальный проект.

Московская школа кино: курс «Основы сценарного мастерства» предлагает студентам работать над собственными проектами под руководством опытных сценаристов. Курс включает задания на анализ кино и телевидения, написание сцен и диалогов. В программе используются гибридные модели обучения, сочетающие видеолекции и живые занятия с преподавателями.

Предлагаемые модели имеют следующие ограничения.

1. Трудности в установлении тесного контакта с преподавателем: несмотря на цифровые инструменты, дистанционное обучение не всегда позволяет установить тот же уровень связи, как при личных встречах. Студенты могут ощущать нехватку живого общения, особенно при обсуждении сложных тем.
2. Проблемы с мотивацией: дистанционный формат требует от студентов высокой самоорганизации. Студенты, которые привыкли к личным занятиям, могут испытывать трудности с выполнением заданий в дистанционном формате.
3. Ограниченные возможности практических заданий: не все творческие задачи можно эффективно выполнять онлайн. Например, коллективное обсуждение сценариев и редактирование иногда лучше проходят при очной встрече.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Согласно Инчонской декларации ЮНЕСКО, к 2030 г. странами мира должен быть обеспечен равный доступ к образованию. Лучше всего этой цели отвечает дистанционное образование ввиду таких его преимуществ, как демократичность и дешевизна. «Онлайн-образование сейчас — это инструмент получения дополнительных компетенций и переквалификации специалистов. Для образовательных организаций — дополнительный источник дохода и инструмент развития»³. В ходе проведенного анализа дистанционного обучения в сфере сценарного мастерства были рассмотрены различные модели, такие как асинхронное самостоятельное обучение, синхронные вебинары и мастер-классы, менторские и проектные программы, а также гибридные модели, сочетающие синхронные и асинхронные элементы. Каждая из этих моделей имеет свои преимущества и ограничения.

Преимущества дистанционного обучения включают доступность, гибкость, возможность обучения у специалистов из других стран и использование цифровых инструментов для совместной работы. Эти особенности прежде всего полезны для профессионалов, совмещающих работу и обучение, а также для сценаристов, проживающих в отдаленных регионах.

Ограничения связаны с трудностями в установлении тесного контакта с преподавателем, возможными проблемами с мотивацией и недостатком

³ Макарова М. В. Перспективы онлайн-образования в России // Современное образование. 2020. № 2. С. 59.

практических занятий в условиях дистанционной работы. Недостаток живого взаимодействия затрудняет обучение дисциплинам, требующим постоянной обратной связи, а также мешает студентам ощущать полное погружение в учебный процесс. В результате эффективность дистанционного обучения сценарному мастерству во многом зависит от правильного подбора форматов и инструментов.

Перспективы дистанционного обучения в сфере сценарного мастерства являются многообещающими. Развитие технологий позволяет устранить многие ограничения, связанные с дистанционными форматами, и повысить эффективность обучения. Например, внедрение виртуальных классов с высококачественными видеотрансляциями и использование специализированных платформ для совместной работы над текстом создают возможности для интерактивного и качественного образовательного процесса.

Кроме того, дистанционные модели могут существенно повысить доступность образования, позволяя обучаться у экспертов независимо от географического положения студентов. В условиях глобализации и возрастающего интереса к сценарному мастерству такие возможности открывают новые перспективы для роста и профессионального развития.

Цифровая среда также способствует расширению образовательного контента: современные платформы позволяют интегрировать в процесс обучения лекции, видеоуроки, задания и тесты, что делает образовательный процесс более гибким и разнообразным. Дистанционное обучение сценарному мастерству может развиваться как самостоятельное направление, предоставляя возможности как для повышения квалификации, так и для профессиональной переподготовки.

В итоге, чтобы дистанционное обучение сценарному мастерству было эффективным, необходимо развивать технологическую инфраструктуру, улучшать взаимодействие между слушателями и преподавателями, что требует сочетания проверенных моделей, вовлеченности преподавателей и постоянной адаптации программ под индивидуальные потребности обучающихся. Поддержка со стороны образовательных учреждений, интеграция современных технологий и готовность к инновациям позволят развить качественные программы и сохранить высокий уровень подготовки будущих специалистов в этой важной и значимой для современных медиа творческой профессии.

Диверсификация моделей при сохранении тесной связи между обучающимися и преподавателями определит следующий этап преподавания сценарного мастерства.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абдуллаев С. Г.* Оценка эффективности системы дистанционного обучения // Телекоммуникации и информатизация образования. 2007. № 3. С. 85–92.
2. *Алешковский И. А.* Цифровая трансформация высшей школы России в эпоху пандемии COVID-19: монография / И. А. Алешков-

- ский, А. Т. Гаспаришвили, О. В. Крухмалева; МГУ имени М. В. Ломоносова, Центр стратегии развития образования. М.: МАКС Пресс, 2021.
3. *Гаджиева Е. А.* Образование будущего: коллаборация онлайн- и офлайн-образования. Проблемы и перспективы / Е. А. Гаджиева, С. А. Арутюнян, Н. В. Соловьева // *Экономические системы.* 2020. № 4. С. 125–135.
 4. *Загидуллина М. В.* Интермедиаальность в эпоху тотальной медиатизации: как технологии влияют на литературу и ее теорию // *Павермановские чтения. Литература. Музыка. Театр: сб. науч. трудов.* Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. С. 60–77.
 5. *Макарова М. В.* Перспективы онлайн-образования в России // *Современное образование.* 2020. № 2. С. 59–70.
 6. *Маняйкина Н. В., Надточева Е. С.* Цифровое повествование: от теории к практике // *Педагогическое образование в России.* 2015. № 10. С. 60–64.
 7. *Полат Е. С.* Теория и практика дистанционного обучения: учеб. пособие для студентов высших педагогических учебных заведений / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина, М. В. Моисеева. М. : Академия, 2004.
 8. *Пронюшкина Т. Г., Язева А. А.* Эффективность онлайн-образования // *Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (ДНТЕ 2023): сб. конференции.* 16–17 ноября 2023 г. М. : МГППУ, 2023. С. 185–194.
 9. *Сысов П. В., Ежиков Д. А.* Обучение студентов речевому общению на основе средств синхронной видео-интернет-коммуникации // *Язык и культура,* 2015. № 2 (30). С. 129–140.
 10. *Тарханова И. Ю.* Дистанционное обучение в вузе: новые дидактические решения / И. Ю. Тарханова, М. А. Зайцева, В. М. Пятунина // *Ярославский педагогический вестник.* 2020. № 5 (116). С. 53–60.

Поступила в редакцию 11 февраля 2025 г.

МОДЕРНИЗИРОВАННЫЕ ТИПЫ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА XXI ВЕКА В КОНТЕКСТЕ МЕДИЙНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

***Аннотация.** В статье проанализированы процессы, происходящие при внедрении компьютеризации. Возникает потребность не только в освоении потребления контента, но и распознавании фейковых явлений, а также написании собственных авторских материалов. Статья посвящена упорядочиванию типов грамотности.*

***Ключевые слова:** медийное потребление, фейки, рекламная грамотность, медийная грамотность, информационная грамотность.*

V. A. LEVKOVICH,
Senior Lecturer at the Department of Journalism,
Donetsk State University;
Donetsk, Russia.
e-mail: levkovich_v@internet.ru

MODERNIZED TYPES OF LITERACY FOR A PERSON OF THE XXI CENTURY IN THE CONTEXT OF MEDIA CONSUMPTION

***Abstract.** The article analyzes the processes occurring during the introduction of computerization. There is a need to master not only the consumption of content, but also the recognition of fake phenomena, as well as writing your own copyrighted materials. The article is devoted to the ordering of literacy types.*

***Keywords:** media consumption, fakes, advertising literacy, media literacy, information literacy.*

С появлением промышленности и развитием образования грамотность стала одним из основных инструментов для успешной жизни и профессиональной деятельности. Современное общество требует от личности не только умения читать и писать, но и умения работать с информацией, использовать компьютеры и новые технологии, анализировать и оценивать информацию, выражать свои мысли и идеи в письменной и устной форме.

Сегодня грамотность включает в себя и умение ориентироваться в быстро меняющейся информационной среде, критически мыслить, анализировать и синтезировать тексты, адекватно использовать информацию для решения задач и достижения своих целей.

Грамотность также связана с формированием культуры мышления, развитием эмоционального интеллекта, умением вести диалог и конструктивно решать конфликты. В современном обществе грамотность — это не только способность понять и выразить свои мысли, но и способность взаимодействовать с другими людьми, строить успешные отношения и решать проблемы в коллективе.

Требования современного общества к грамотности населения и каждой личности ежегодно усложняются. Грамотность необходима для успешной жизни и профессиональной деятельности, а также для развития личности и участия в общественной жизни.

В цифровую эпоху грамотность предполагает не только умение ориентироваться в информационном пространстве интернета, критически оценивать достоверность и надежность информации, применять цифровые инструменты для эффективной работы и общения. Важными составляющими грамотности считаются умение использовать социальные сети и медиаплатформы, осознавать этические аспекты цифровой коммуникации, умение защищать свою информационную безопасность.

Значительная роль отводится межкультурной коммуникации и пониманию различных культурных контекстов. Грамотность включает в себя умение взаимодействовать с людьми из разных культур, уважать и принимать их различия, адаптироваться к новым условиям и ситуациям.

Переход общества в постиндустриальную эпоху привел к расширению понятия грамотности и появлению новых видов грамотности, которые стали незаменимыми в современном информационном обществе.

Медийная грамотность, или *медиаграмотность*, означает умение понимать и критически оценивать информацию, передаваемую через различные медиаплатформы, такие как телевидение, радио, газеты, журналы и интернет. Это также включает умение анализировать и интерпретировать медийные сообщения и разбираться в их манипулятивных приемах.

Информационная грамотность относится к умению эффективно искать, оценивать и представлять информацию при использовании разных источников и технологий. Это предполагает критическую оценку достоверности информации, выбор релевантных источников и умение обрабатывать полученную информацию.

Свобода самовыражения относится к умению выражать свои мысли, идеи, чувства и взгляды с использованием различных средств и форм коммуникации. Это и умение писать и говорить ясно и логично, и умение эффективно использовать средства коммуникации, такие как социальные сети и блоги.

Интернет-грамотность и *цифровая грамотность* связаны с навыками пользоваться компьютерами, интернетом и цифровыми технологиями для коммуникации, поиска информации, работы и обучения. Это также включает понимание этических аспектов использования интернета и защиты личной информационной безопасности.

Кинограмотность и *телевизионная грамотность* относятся к умению анализировать и критически оценивать информацию, представленную через

кино и телевидение. Для этого необходимы знание языка кинематографа и телевизионных жанров, способность анализировать сюжеты и сообщения, передаваемые через эти медиа.

Грамотность в сфере рекламы требует умения критически оценивать рекламные сообщения, обладать навыками разбора рекламных манипуляций и способностью принимать информированные решения при совершении покупок.

Таким образом, освоение различных форм грамотности, связанных с использованием информационных и коммуникационных технологий, становится все более важным для успешной жизни и профессионального развития человека в современном информационном обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Арутюнов Г. А.* Анализ понятия медиаграмотности как составляющей информационной грамотности личности // Вестник РМАТ. 2013. № 1 (7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-ponyatiya-mediagramotnosti-kak-sostavlyayushey-informatsionnoy-gramotnosti-lichnosti> (дата обращения: 26.07.2023).
2. Медийная и информационная грамотность: программа обучения / Ин-т ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. Париж, Франция, 2012.
3. *Федоров А. В.* Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогических вузов. М., 2008.

Поступила в редакцию 08 января 2025 г.

УДК: 004.056.5

А. В. СОКОЛОВ,
кандидат филологических наук,
профессор кафедры телевидения и радиовещания
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
email: a.sokolov@academedia.ru

СИМБИОЗ ТРАДИЦИОННЫХ МЕТОДОВ И СОВРЕМЕННЫХ ПРАКТИК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

***Аннотация.** В условиях реформирования системы высшего образования России и стремительного развития медиаотрасли возникает необходимость переосмысления подходов к дополнительному профессиональному образованию (ДПО). Интеграция традиционных методов обучения с современными практиками, основанными на использовании искусственного интеллекта (ИИ), представляется перспективным направлением для повышения качества подготовки специалистов в медийной сфере. В данной статье рассматриваются возможности и перспективы применения ИИ в ДПО, а также предлагаются рекомендации по эффективной интеграции ИИ-технологий в образовательный процесс.*

***Ключевые слова:** ИИ, образование, высшее образование, дополнительное образование, повышение квалификации, переподготовка.*

A. V. SOKOLOV,
Ph.D. in Philology,
Professor, Department of Television and Broadcasting,
Academy of Media Industry;
Moscow, Russia.
email: a.sokolov@academedia.ru

THE SYMBIOSIS OF TRADITIONAL METHODS AND MODERN PRACTICES USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE EDUCATIONAL PROCESS

***Abstract.** In the context of reforms in the Russian higher education system and the rapid evolution of the media industry, there is an increasing need to rethink approaches to continuing professional education (CPE). The integration of traditional teaching methods with modern practices based on the use of artificial*

intelligence (AI) represents a promising direction for enhancing the quality of specialist training in the media field. This article explores the opportunities and prospects of applying AI in CPE and provides recommendations for the effective integration of AI technologies into the educational process.

Keywords: *artificial intelligence, education, higher education, continuing education, professional development, retraining.*

ВВЕДЕНИЕ

Система высшего образования в России находится на пороге серьезных реформ. Обсуждаются изменения, связанные с сокращением сроков обучения на программах специализированного высшего образования (магистратуре), возможными ограничениями на смену направления обучения и разделением программ на два направления: профессиональное и исследовательское. В то время как возвращение к специалитету (базовое высшее образование) более или менее понятно, новый статус специализированного высшего образования (магистратуры) после окончания переходного периода остается не до конца определенным.

С 1 сентября 2026 г. все российские вузы перейдут на новую систему, предусматривающую три уровня обучения: базовое высшее образование, специализированное высшее образование и аспирантуру. Указ о начале реформы высшего образования президент РФ Владимир Путин подписал в мае 2023 г. Тогда же стартовал пилотный проект, участниками которого стали шесть ведущих университетов – МАИ, МИСИС, МПГУ, БФУ имени Канта, Санкт-Петербургский горный университет и Томский госуниверситет¹.

Параллельно на фоне интенсивного развития медиаотрасли и продолжающейся цифровизации растет спрос на повышение квалификации и переподготовку кадров. Это особенно актуально в условиях реформирования высшей школы. Дополнительное профессиональное образование (ДПО) уже доказало свою состоятельность в условиях переходного периода. Так, например, в России программы МВА (Мастер делового администрирования) имеют статус ДПО, они были узаконены с 1999 г. Министерством образования и науки РФ по инициативе Российской ассоциации бизнес-образования².

Складываются условия для формирования новой идентичности государственных отраслевых учебных заведений ДПО, интегрированных в общую систему подготовки и переподготовки кадров, прошедшую долгий путь

¹ Агранович М. Новая система высшего образования будет введена в России с 1 сентября 2026 года // Российская газета : сайт. URL: https://rg.ru/2025/01/07/novaia-sistema-vysshego-obrazovaniia-budet-vvedena-v-rossii-s-1-sentiabria-2026-goda.html?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 17.01.2025).

² Кузьминов Я., Филонович С. Бизнес-образование в России: состояние и перспективы (содержательно-институциональные аспекты) // Вопросы экономики. 2004. № 1. С. 19–36. URL: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2004-1-19-36>.

развития в постсоветский период³. Если в высшем образовании страна возвращается к проверенным временем практикам⁴, то и ДПО должно занять свое место в подготовке и переподготовке специалистов, в том числе для медийной отрасли. Пандемия COVID-19 дала новый толчок развитию ДПО, расширив практику применения дистанционных образовательных технологий.

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Искусственный интеллект в этом контексте становится ключевым инструментом, позволяющим реализовать широкий набор образовательных практик и повысить качество обучения. Согласно существующим определениям, технология искусственного интеллекта — это совокупность взаимосвязанных решений (компьютерное зрение, обработка естественного языка, распознавание и синтез речи, системы поддержки принятия решений и т. д.), дополняемых перспективными методами⁵. Такая широкая трактовка обусловлена центральной ролью ИИ в современном информационном пространстве и широкими возможностями его применения, включая образовательную сферу. Алгоритмы ИИ позволяют проводить оптимизацию, автоматизацию, аналитическую оценку, поиск, мониторинг, проектирование и многое другое⁶. Кроме того, ИИ все чаще задействуется для генерации идей и креативных решений, что также может быть востребовано в образовательном процессе⁷.

Преимущества и ограничения ИИ в образовательном процессе вызывают активную научную дискуссию. Исследователи выделяют такие сильные стороны использования ИИ в образовательном процессе, как автоматизация, решение творческих задач, анализ данных и выполнение рутинных операций⁸.

Искусственный интеллект в учебном процессе ДПО используют и преподаватели, и слушатели.

³ Ситаров В. А. История образования в России: постсоветское время // Проблемы педагогики и психологии. 2019. № 2. С. 201–214. DOI: 10.17805/zpu.2019.2.19.

⁴ Ситаров В. А. История образования в России: досоветский и советский периоды // Знание. Понимание. Умение. 2019. № 1. С. 201–211. DOI: 10.17805/zpu.2019.1.16.

⁵ ГОСТ Р 59895–2021 Технологии искусственного интеллекта в образовании. Общие положения и терминология. URL: <https://protect.gost.ru/v.aspx?control=8&baseC=6&page=8&month=12&year=2021&search=&RegNum=1&DocOnPageCount=15&id=231585&pageK=6B86130B-7100-440B-8079-5940DD48222C>.

⁶ Елтунова И. Б., Нестеров А. С. Использование алгоритмов искусственного интеллекта в образовании // Современное педагогическое образование. 2021. № 11. С. 150–154.

⁷ Минаков А. И. Искусственный интеллект в образовании — актуальное направление подготовки современных педагогов // Мир науки. Педагогика и психология. 2024. Т. 12. № 1. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/65PDMN124.pdf>.

⁸ Константинова Л. В. Генеративный искусственный интеллект в образовании: дискуссии и прогнозы / Л. В. Константинова, В. В. Ворожихин, А. М. Петров и др. // Открытое образование. 2023. № 2. С. 36–48; Шкодырев В. П. Вопросы стандартизации и взаимосвязи образования и искусственного интеллекта / В. П. Шкодырев, Н. М. Куприков, Е. А. Башкирова // Известия ТулГУ. Технические науки. 2022. № 7. С. 83–87; Старостенко И. Н., Хромых А. А. Технологии искусственного интеллекта в образовании (на примере персонализированного обучения) // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2023. № 7. С. 94–98.

Использование возможностей ИИ в ДПО:

- выстраивание индивидуальных образовательных траекторий;
- разработка курсов и образовательных модулей;
- создание и проверка тестовых заданий;
- генерация ссылок, сносок и QR-кодов на литературу;
- создание и адаптация презентаций и материалов к семинарам;
- разработка учебно-практических кейсов на базе реальных примеров;
- анализ и обработка отраслевых данных, включая статистические;
- разработка моделей для обучения слушателей.

Концепция персонализации дополнительного образования путем внедрения ИИ-алгоритмов позволяет анализировать уровень подготовки и потребности каждого обучающегося, предоставляя адаптивные образовательные программы. Это, в свою очередь, обеспечивает более эффективное усвоение материала и учет индивидуального уровня базовой подготовки слушателей и целей переподготовки и повышения квалификации. Это особенно важно в связи с тем, что программы ДПО в отличие от высшего образования нацелены на аудиторию с изначально очень разным уровнем базовой подготовки и образования, возраста и профессионального опыта.

ИИ дает возможность создавать адаптивные учебные материалы⁹, обновляемые с учетом последних тенденций в медиаотрасли. Генеративные модели могут разрабатывать и/или подбирать контент, соответствующий индивидуальным потребностям аудитории или задачам обучения.

Дистанционные форматы обучения обуславливают определенные ограничения и дополнительные требования при организации учебного процесса. Автоматизация проверки знаний в форме тестовых заданий позволяет быстро оценивать прогресс обучающихся. ИИ-системы предоставляют подробную обратную связь, указывая на области, требующие дополнительного внимания.

Переподготовка и повышение квалификации в основном проводится без отрыва от производства, что предполагает выбор наиболее эффективных и простых для реализации слушателями моделей обучения. ИИ может помочь преподавателям автоматизировать подбор наиболее интересных и релевантных источников и создавать, например, QR-ссылки для быстрого доступа к материалам. Это облегчает самостоятельную работу и углубленное изучение учебного материала.

Инструменты ИИ ускоряют подготовку качественных презентаций, включая визуализацию данных и инфографику. Облегчается адаптация материалов под различные аудитории и форматы обучения.

ИИ помогает создавать актуальные кейсы для практических занятий. Это повышает ценность обучения, развивает практические навыки слушателей с помощью реальных профессиональных ситуаций.

⁹ Шобонов Н. А. Искусственный интеллект в образовании / Н. А. Шобонов, М. Н. Булаева, С. А. Зиновьева // Проблемы современного педагогического образования. 2023. № 79-4. С. 288–290.

Быстрая обработка больших объёмов данных с помощью ИИ способствует более глубокому пониманию тенденций в медиаотрасли. Визуализация данных делает обучение более наглядным и понятным для аудитории.

Создание симуляций и моделей с использованием ИИ позволяет обучающимся отрабатывать навыки в безопасной среде. Это особенно полезно для освоения новых технологий и процессов в медиа.

Использование инструментов ИИ обучающимися в процессе ДПО:

- реферирование больших статей;
- автоматический перевод;
- автоматизация поиска необходимых данных в интернете;
- создание собственных баз знаний под конкретные проекты.

Программы ДПО, как правило, очень сжаты и требуют от слушателей освоения большого объема знаний за ограниченное время. Инструменты реферирования или резюмирования больших текстов могут помочь слушателям создавать краткие обзоры литературы, экономя время и ресурсы и выделяя наиболее значимые фрагменты знания. Это помогает в краткие сроки без отрыва от основной деятельности освоить большой объем информации и выделить ключевые идеи.

Сервисы машинного перевода позволяют внедрять в учебный процесс материалы на иностранных языках. Это расширяет доступ к международным исследованиям и передовому опыту, что особенно важно для динамично развивающейся медиаотрасли.

ИИ-помощники ускоряют поиск релевантной информации и фильтрацию данных. Слушатели могут быстрее находить ответы на конкретные вопросы и получать актуальные сведения.

С помощью ИИ обучающиеся могут структурировать информацию и создавать персональные базы знаний. Это облегчает работу над проектами и способствует более глубокому пониманию учебных тем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На фоне реформирования высшего образования и неопределённости статуса магистратуры дополнительное профессиональное образование приобретает особую значимость. ДПО становится ключевым инструментом для подготовки и переподготовки кадров, способных соответствовать современным требованиям медиаотрасли.

Искусственный интеллект играет важную роль в этом процессе, предлагая инструменты для персонализации обучения, повышения его эффективности и актуальности.

В эпоху быстрых технологических изменений и реформирования системы высшего образования дополнительное профессиональное образование с использованием искусственного интеллекта становится важнейшим элементом подготовки квалифицированных специалистов для медиаотрасли. Интеграция ИИ в ДПО не только повышает качество и эффективность обучения, но и способствует формированию новой идентичности образовательных учреждений, готовых отвечать на вызовы современности.

Объединение усилий образовательных учреждений, студентов и государства позволит создать гибкую и адаптивную систему образования, которая обеспечит медиаотрасль профессионалами, способными работать в условиях постоянных изменений и цифровизации. Это важно не только для развития отрасли, но и для укрепления позиций страны в глобальном информационном пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Агранович М.* Новая система высшего образования будет введена в России с 1 сентября 2026 года // Российская газета : сайт. URL: <https://rg.ru/2025/01/07/novaia-sistema-vysshego-obrazovaniia-budet-vvedena-v-rossii-s-1-sentiabria-2026-goda.html> (дата обращения: 17.01.2025).
2. ГОСТ Р 59895–2021 Технологии искусственного интеллекта в образовании. Общие положения и терминология. URL: <https://protect.gost.ru/v.aspx?control=8&baseC=6&page=8&month=12&year=2021&search=&RegNum=1&DocOnPageCount=15&id=231585&pageK=6B86130B-7100-440B-8079-5940DD48222C>.
3. *Елтунова И. Б., Нестеров А. С.* Использование алгоритмов искусственного интеллекта в образовании // Современное педагогическое образование. 2021. № 11.
4. *Константинова Л. В.* Генеративный искусственный интеллект в образовании: дискуссии и прогнозы / Л. В. Константинова, В. В. Ворожихин, А. М. Петров и др. // Открытое образование. 2023. № 2. С. 36–48.
5. *Кузьминов Я., Филонович С.* Бизнес-образование в России: состояние и перспективы (содержательно-институциональные аспекты) // Вопросы экономики. 2004. № 1. С. 19–36. DOI: 10.32609/0042-8736-2004-1-19-36.
6. *Минаков А. И.* Искусственный интеллект в образовании – актуальное направление подготовки современных педагогов // Мир науки. Педагогика и психология. 2024. Т. 12. № 1. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/65PDMN124.pdf>.
7. *Ситаров В. А.* История образования в России: досоветский и советский периоды // Знание. Понимание. Умение. 2019. № 1. С. 201–211. DOI: 10.17805/zpu.2019.1.16.
8. *Ситаров В. А.* История образования в России: постсоветское время // Знание. Понимание. Умение. 2019. № 2. С. 201–214. DOI: 10.17805/zpu.2019.2.19.
9. *Старостенко И. Н., Хромых А. А.* Технологии искусственного интеллекта в образовании (на примере персонализированного обучения) // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2023. № 7.

10. *Шкодырев В. П.* Вопросы стандартизации и взаимосвязи образования и искусственного интеллекта / В. П. Шкодырев, Н. М. Куприков, Е. А. Башкирова // Известия ТулГУ. Технические науки. 2022. № 7.
11. *Шобонов Н. А.* Искусственный интеллект в образовании / Н. А. Шобонов, М. Н. Булаева, С. А. Зиновьева // Проблемы современного педагогического образования. 2023. № 79-4.

Поступила в редакцию 19 февраля 2025 г.

Н. С. ПИСАРЕВСКАЯ,
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры рекламы и связей с общественностью
АНОВО «Московский международный университет»;
Россия, г. Москва.
e-mail: n-pisarevsk@mail.ru

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

***Аннотация.** В статье рассматривается геймификация как фактор повышения эффективности медиаобразования. Актуальность исследования обусловлена необходимостью выявления способов оптимизации медиаобразования как в контексте подготовки профессионалов медиасферы, так и среди представителей аудитории, поскольку сегодня возникает необходимость в корректной подготовке контента, а также качественном взаимодействии с транслируемой информацией. Приводятся результаты опросов на тему «Геймификация в медиаобразовании» преподавателей, ведущих профессиональные дисциплины на медиаспециальностях, а также студентов, обучающихся на направлении подготовки «Реклама и связи с общественностью», подтверждающих эффективность интеграции элементов геймификации в медиаобразование.*

***Ключевые слова:** геймификация, медиаобразование, средства массовой коммуникации, обучение, развитие, навыки.*

N. S. PISAREVSKAYA,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate
Professor of the Department of Advertising and Public Relations
ANOVO «Moscow International University»;
Moscow, Russia.
e-mail: n-pisarevsk@mail.ru

GAMIFICATION AS A MEANS OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF MEDIA EDUCATION

***Abstract.** The article considers gamification as a factor in increasing the effectiveness of media education. The relevance of the study is due to the need to identify ways to optimize media education both in the context of training media professionals and among audience members, since today there is a need for the correct preparation of content, as well as high-quality interaction with the broadcast information. The article presents the results of surveys on the topic of «Gamification in media education» of teachers leading professional disciplines in media specialties, as well as students studying in the direction of training «Advertising and Public Relations», confirming the effectiveness of integrating gamification elements into media education.*

Keywords: *gamification, media education, mass communication, training, development, skills.*

В современном мире в условиях стремительного развития технологий и трансформации информационного пространства всё более актуальной становится необходимость в медиаобразовании, посредством которого формируются и развиваются навыки медиаграмотности, эффективного взаимодействия с медиа, критичность мышления и т. д.

Медиаобразование понимается как процесс обучения человека корректному взаимодействию со средствами массовой коммуникации. Целью медиаобразования является «формирование культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекста, обучение различным формам самовыражения при помощи медиатехники»¹. Одна из основных задач медиаобразования – защита аудитории от фейковой информации и манипуляций, распространяемых посредством различных медиа. В контексте стремительных трансформаций медиаиндустрии, вызванных цифровизацией, развитием новых технологий, оптимизацией коммуникации, медиаобразование становится необходимым условием формирования профессиональных компетенций современного специалиста медиасферы, включающих развитие необходимых навыков и знаний для успешной работы в условиях современного информационного пространства.

В обоих случаях медиаобразование включает развитие следующих навыков: критическое мышление, коммуникативные навыки, навыки владения современными технологиями создания и производства медиаконтента, осознание ответственности за создаваемый контент и его влияние на общество. При этом если для специалистов медиаотрасли данные навыки являются неотъемлемой составляющей профессиональной деятельности, а необходимость их развития очевидна, то в случае с современными пользователями, которые также зачастую являются создателями контента, возникает вопрос понимания ими позитивных сторон и необходимости медиаобразования как для корректного восприятия информации, так и для ее создания и распространения.

Сегодня освоению данных компетенций способствует обучение на различных образовательных курсах, объединяющих теоретические знания и их применение при реализации практических задач. Например, при обучении на различных медиаспециальностях, реализующих практикоориентированный подход, в рамках учебных занятий студенты могут участвовать в создании реальных медиапроектов, что позволяет им применять полученные знания на практике и в дальнейшем включаться в профессиональную деятельность более органично. Следует учитывать, что с развитием технологий возрастает уровень сложности создания медиапродукта, а также его восприятия и анализа. Вследствие этого для оптимизации образовательных процессов и в дальнейшем повышения качества и эффективности создаваемой

¹ Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог : Изд-во ТГПИ, 2010. С. 27.

медиапродукции и ее восприятия в медиаобразование также интегрируются новые технологии, такие как ИИ, виртуальная и дополненная реальности, геймификация как факторы, облегчающие процессы получения знаний и отработки профессиональных навыков.

Использовать игры в образовательном процессе начали еще в начале XX века. Так, например, первая деловая игра была разработана и проведена в СССР в 1932 г. М. М. Бирштейн. Однако активное применение игр с целью отработки профессиональных навыков датируется только 1960-ми гг., после того как появились первые деловые игры в США². Сегодня деловые игры рассматриваются как форма активного обучения различным аспектам профессиональной деятельности посредством решения практических задач, максимально приближенных к реальным кейсам.

По мнению отечественного исследователя З. С. Цабиевой, геймификация «задает темпы соревновательности, которые присущи каждому человеку. При игровом процессе каждый из нас вовлекается, чувствует радость и гордость от достигнутого результата, с каждым разом мы готовы прилагать больше усилий для достижения наилучшего результата»³. Основные элементы геймификации включают постановку целей и отслеживание прогресса, соревновательные элементы, наличие препятствий, различные формы стимулирования для поддержания мотивации и интереса в процессе обучения и т. д. Зарубежные исследователи рассматривают геймификацию как процесс включения игровых элементов и механик в неигровые контексты для мотивации, вовлечения и улучшения опыта обучения. В контексте медиаобразования геймификация предлагает мощный инструмент для захвата и поддержания интереса обучающихся к медиасфере, а также для их мотивации и поощрения активного участия в процессах получения и сохранения знаний⁴.

Интеграция геймификации в медиаобразование позволяет не только повысить уровень вовлеченности участников образовательных процессов, но и улучшить качество усвоения ими информации, сделать обучение более доступным и увлекательным. Например, использование интерактивных игр, квестов и тестов увеличивает процент успешного освоения образовательных курсов. До активного внедрения дистанционного формата взаимодействия подобные задачи решались в рамках практических занятий, на которых студенты осваивали различные технологии профессиональной деятельности. Следует отметить, что и сегодня при очной форме обучения в рамках учебного процесса студенты выполняют аналогичные задания, например «Создание рекламных материалов продукта», «Подготовка пресс-релизов» и другие, погружающие их в профессиональную деятельность.

² *Бабанова И. А.* Деловые игры в учебном процессе. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/delovyye-igry-v-uchebnom-protsesse/viewer> (дата обращения: 06.12.2024).

³ *Цабиева З. С.* Геймификация — новая эффективная бизнес-концепция в системе мотивации персонала // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XLI междунар. студ. науч.-практ. конф. 2016. № 4 (41). С. 88.

⁴ *Varyan A.* The impact of gamification in media education. URL: <https://editmentor.com/blog/the-impact-of-gamification-in-media-education/> (дата обращения: 10.12.2024).

Вследствие активного распространения цифровых технологий трансформируются как форматы обучения, так и методы, используемые в образовательных процессах. Так, в рамках дистанционной и смешанной форм обучения зачастую для повышения эффективности используются такие элементы обучения, как игровые среды, баллы, уровни, игровые задачи, награды и таблицы лидеров и т. д., которые стимулируют интерес пользователей к образовательному контенту и процессу получения знаний. Также к преимуществам онлайн-взаимодействия относится получение обратной связи об успеваемости в режиме реального времени, возможность отслеживания прогресса, получение персонализированных индивидуальных задач и рекомендаций по дальнейшему улучшению результатов, игровые механики, что облегчает процессы восприятия информации и выполнения заданий. При этом онлайн-контент отличается мультимедийностью и содержит изображения, инфографику, аудиоклипы, видео, анимацию и т. д., а также интерактивные элементы для вовлечения обучающихся и взаимодействия с ними.

На всех этапах обучения главной целью геймификации является предоставление учащимся среды обучения, в которой игра и симуляция действуют как элементы, повышающие индивидуальный и коллективный опыт обучения. По мере того, как учащиеся проходят этапы развития, у них возникают новые мотивы и интересы и формируются необходимые навыки. Учитывая данные различия, эффективность геймификации может различаться в зависимости от возраста и когнитивной зрелости учащихся⁵. Следует учитывать, что, несмотря на множество преимуществ, геймификация имеет и свои недостатки, например снижение уровня вовлеченности и восприятия материала вследствие смещения внимания на игровую составляющую.

С развитием дистанционных технологий обучения происходит оптимизация игровых процессов к формату онлайн-взаимодействия посредством создания различных приложений, игр и их внедрения в процессы обучения. Так, например, существует большое количество онлайн-игр и приложений, посредством которых пользователи отрабатывают различные управленческие навыки, например игра для смартфона «Постройте бизнес-империю»⁶, а также игры, предлагающие почувствовать себя специалистом медиасферы и создать свой логотип или бренд. Также разрабатывается все больше приложений для поиска и проверки подлинности информации. Более того, сегодня осуществляют деятельность агентства в сфере создания и проведения деловых игр, консалтинга, корпоративного обучения⁷ под различные организационные задачи и форматы взаимодействия.

Следует отметить, что геймификация эффективна как при обучении медиаспециалистов, так и при создании медиаконтента и интеграции в него необходимых материалов. Например, одной из тенденций развития медиа

⁵ Christopoulos A., Mystakidis S. Gamification in education. URL: <https://www.mdpi.com/2673-8392/3/4/89> (дата обращения: 12.12.2024).

⁶ Деловая игра: постройте бизнес-империю. URL: <https://apps.apple.com/ru/app/%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F-%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0/id1503908042> (дата обращения: 09.12.2024).

⁷ Tigr. URL: https://tigr.club/about_tigr/ (дата обращения: 06.12.2024).

в 2025 г. проект CoinsPaid Media указывает рост влияния игр для взаимодействия с потребителями: «Интеграция внутриигровой рекламы, фирменных виртуальных впечатлений и возможность охватить определенную демографическую группу по более низким ценам делают игры центральным пунктом в медиапланах»⁸. Так, посредством включения игровых элементов осуществляется обучение пользователей корректному взаимодействию с конкретным продуктом и создается пул лояльных бренду потребителей. Вследствие чего для повышения эффективности медиапродукта специалисту медиасферы необходимо осваивать алгоритмы создания игрового контента и корректного включения в него необходимой информации.

Таким образом, геймификация является значимым инструментом для повышения эффективности медиаобразования, посредством которого осуществляется создание интерактивной и привлекательной образовательной среды, оптимизирующей процессы получения и использования знаний. Однако следует учитывать потенциальные риски и находить баланс между содержанием обучения и интеграцией игровых элементов.

Для подтверждения актуальности темы и выявления значимости интеграции геймификации в медиаобразование мы провели опрос среди преподавателей, работающих со студентами медиа направлений. В опросе приняли участие 30 человек возраста 27–55 лет.

На вопрос о наличии опыта использования геймификации в медиаобразовании 67 % респондентов ответили утвердительно, 33 % указали на его отсутствие. При этом 83 % респондентов отметили, что геймификация улучшает учебный процесс, однако, по мнению 17 %, она не имеет значения. Следует отметить, что вариант «ухудшает» не выбрал ни один из опрошенных, что подтверждает понимание преподавателями позитивных сторон интеграции элементов геймификации в образовательный процесс. О методах геймификации большинство респондентов (33 %) узнали из обучающих курсов или семинаров, 27 % посредством информации, размещенной на онлайн-ресурсах, а также в процессе взаимодействия с коллегами, а 13 % в результате ознакомления с исследованиями.

Оценивая эффективность геймификации при очной форме взаимодействия со студентами, 37 % респондентов указали на ее эффективность, 33 % сказали, что она может быть полезной, 27 % указали на то, что она подходит для изучения определенных предметов, и 3 % отметили, что традиционные методы обучения более эффективны. Так современные педагоги понимают значение геймификации для оптимизации образовательных процессов и готовы к использованию ее в своей деятельности при любых формах взаимодействия с обучающимися.

На вопрос об аудитории, для которой в большей степени будет эффективно использование геймификации в медиаобразовании, большинство опрошенных отметили, что подобный формат взаимодействия будет наи-

⁸ Пальянова Е. Тенденции в сфере медиа 2025: взгляд вперед на сдвиги, определяющие будущее маркетинга. URL: <https://coinspaidmedia.com/ru/columns/media-trends-2025-ai-niche-communities-and-omnichannel-strategies/> (дата обращения: 12.12.2024).

более эффективен для студентов вузов (40 %), старших школьников (30 %), учеников средней школы (17 %), обучающихся среднего возраста (13 %).

На вопрос о возможности выбора нескольких вариантов ответов, что является наибольшим преимуществом геймификации в медиаобразовании, респонденты указали: «Увеличение вовлеченности студентов» — 83 %, «Повышение уровня мотивации» — 73 %, «Улучшение усвоения материала» — 67 %, «Развитие командной работы» — 60 %, «Создание положительной атмосферы обучения» — 50 %.

В отношении повышения эффективности медиаобразования посредством включения геймификации респонденты выделили в первую очередь групповые проекты, обсуждения (23 %), затем интерактивные задания (20 %), рейтинги, награды (17 %), деловые игры (17 %), моментальную обратную связь (13 %) и конкурсы и соревнования (10 %). Так, опрошенные отдают предпочтение в большей степени привычным стратегиям взаимодействия со студентами в рамках учебного процесса, не исключая при этом интеграции в них новых технологий.

На вопрос о возможности выбора нескольких вариантов ответа о наиболее важных аспектах геймификации для применения в медиаобразовании респонденты указали: повышение мотивации студентов — 83 %, формирование навыков сотрудничества — 67 %, улучшение навыков работы с информацией — 57 %, развитие критического мышления — 50 %, развитие креативности — 43 %, углубленное изучение изучаемых тем — 33 %. При этом наиболее эффективным для медиаобразования видом геймификации, по мнению педагогов, являются онлайн-платформы для обучения (44 %), практические задания (33 %), мобильные приложения (13 %), виртуальные игры (10 %).

Отвечая на вопрос о сложностях, с которыми сталкиваются преподаватели при внедрении геймификации в медиаобразование, респонденты указали на следующие аспекты: недостаток ресурсов (технические трудности) — 47 %, сложности в оценке результатов — 33 %, нехватка знаний о методах геймификации — 13 %, сопротивление со стороны студентов — 7 %. Так, опрошенные осознают как позитивные стороны интеграции геймификации в медиаобразование, так и возникающие сложности, требующие повышения уровня компетентности всех участников образовательных процессов.

Таким образом, интеграция геймификации в медиаобразование воспринимается профессорско-преподавательским составом как один из эффективных инструментов, посредством которого оптимизируются образовательные процессы и повышаются вовлеченность и мотивация студентов в решение задач профессиональной деятельности.

Для выявления отношения обучающихся к интеграции геймификации в медиаобразовательные процессы мы провели опрос, в котором участвовали 30 студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в возрасте 18–25 лет.

С геймификацией в процессе обучения сталкиваются 97 % респондентов. Уровень своей осведомленности о геймификации в образовании большинство студентов (43 %) оценивают как средний, 27 % — как высокий и столько же указали на низкий уровень знаний о геймификации в медиаобразовании. При этом 80 % опрошенных используют (10 % часто, 40 % иногда, 30 % редко) различные сервисы с элементами геймификации для обучения, однако 20 % выбрали вариант «Никогда». Так же 80 % опрошенных считают, что геймификация может помочь в развитии креативности, а 20 % в этом не уверены. А наиболее привлекательным элементом геймификации в учебном процессе респонденты считают соревновательные элементы (40 %), деловые игры (27 %), интерактивные задания (17 %), награды за достижения (16 %). Исследование показало, что современные студенты позитивно относятся к интеграции игровых технологий в образование.

Наиболее эффективным для реализации медиаобразовательных процессов форматом геймификации студенты считают деловые игры (40 %), онлайн-курсы с элементами геймификации (30 %), мобильные приложения (20 %), настольные игры (10 %). Негативными сторонами геймификации в медиаобразовании респонденты назвали поверхностное усвоение материала (47 %), отвлечение от учебного процесса (36 %), необходимость в дополнительных ресурсах (17 %). Несмотря на недостатки, по мнению опрошенных, посредством геймификации возможно сделать более эффективными следующие аспекты медиаобразования: практические навыки работы с медиа (37 %), взаимодействие и сотрудничество с коллегами (27 %), повышение навыков критического мышления и анализа медиа-контента (23 %), понимание теории медиа (13 %).

По мнению студентов, геймификация имеет позитивное воздействие на эффективность образовательных процессов и развитие таких компетенций, как критическое мышление, повышение эффективности взаимодействия в ходе решения профессиональных задач. При этом они осознают и негативные стороны получения навыков подобным образом, такие как поверхностность восприятия информации и отвлечение на второстепенные аспекты при ее получении. С точки зрения преподавателей и студентов, геймификация является важным инструментом, способствующим развитию различных личностных навыков и получению опыта взаимодействия с современными медиа и их контентом.

Таким образом, в условиях постоянной трансформации информационного пространства медиаобразование способствует осознанному взаимодействию с медиаконтентом, а геймификация повышает эффективность медиаобразовательных практик, оптимизируя процессы обучения и облегчая развитие практических навыков, необходимых как специалистам медиасферы, так и потребителям медиаконтента.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабанова И. А.* Деловые игры в учебном процессе. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/delovye-igry-v-uchebnom-protsesse/viewer> (дата обращения: 06.12.2024).
2. Деловая игра: постройте бизнес-империю. URL: <https://apps.apple.com/ru/app/%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F-%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0/id1503908042> (дата обращения: 09.12.2024).
3. *Пальянова Е.* Тенденции в сфере медиа 2025: взгляд вперед на сдвиги, определяющие будущее маркетинга. URL: <https://coinspaidmedia.com/ru/columns/media-trends-2025-ai-niche-communities-and-omnichannel-strategies/> (дата обращения: 12.12.2024).
4. *Федоров А. В.* Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог : Изд-во ТГПИ, 2010.
5. *Цабиева З. С.* Геймификация — новая эффективная бизнес-концепция в системе мотивации персонала // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. ХLI междунар. студ. науч.-практ. конф. 2016. № 4 (41). С. 86–93.
6. *Christopoulos A., Mystakidis S.* Gamification in education. URL: <https://www.mdpi.com/2673-8392/3/4/89> (дата обращения: 12.12.2024).
7. Tigr. URL: https://tigr.club/about_tigr/ (дата обращения: 06.12.2024).
8. *Varyan A.* The impact of gamification in media education. URL: <https://editmentor.com/blog/the-impact-of-gamification-in-media-education/> (дата обращения: 10.12.2024).

Поступила в редакцию 23 января 2025 г.

А. М. ЦЫГАНЕНКО,
кандидат технических наук, профессор,
руководитель Центра принтмедиаиндустрии
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: amtsyganenko@academedia.ru

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

***Аннотация.** Полиграфические предприятия в последние годы сталкиваются с проблемами кадрового обеспечения. Сотрудники, занятые технологическим обеспечением деятельности полиграфических производств, мигрируют в поисках более высокой оплаты труда. Выпуск специалистов с высшим и средним специальным образованием, а также рабочих кадров в области технологии и оборудования полиграфического производства в настоящее время явно недостаточен. Федеральные государственные образовательные стандарты не учитывают современные требования, связанные с инновационным развитием производств.*

***Ключевые слова:** полиграфическое производство, печатные средства информации, мониторинг производств, подготовка квалифицированных кадров, система квалификаций, профессиональные стандарты.*

A. M. TSYGANENKO,
Candidate of Engineering Sciences, Professor,
Head of Print Media Industry Center,
Academy of Media Industry;
Moscow, Russia.
e-mail: amtsyganenko@yandex.ru

PERSONNEL TRAINING FOR PRINTING INDUSTRY

***Abstract.** Printing companies have been facing staffing problems in recent years. Employees engaged in technological support of printing industries are migrating in search of higher wages. Currently, the number of specialists with higher and secondary specialized education, as well as workers in the field of technology and equipment for printing production, is clearly insufficient. Federal state educational standards do not take into account modern requirements related to the innovative development of industries.*

***Keywords:** printing industry, print media, monitoring of production, training of qualified personnel, qualification system, professional standards.*

Современное общество находится в процессе изменений, которые формируются в том числе под воздействием информационных технологий. Общество становится зависимым от интернета, социальных сетей, про-

граммных средств, облачных технологий и др. Растет число людей, занятых в сфере информационных и коммуникационных технологий.

Печатные средства информации, несмотря на все большее использование электронных средств информации, продолжают играть важную роль в жизни государства, развитии экономики, культуры, образования и формировании общественного мнения. Они включают в себя все виды печатных изданий и материалов, начиная от книг, журналов и газет, брошюр, листовок, рекламных материалов и других печатных продуктов. В условиях информационного перенасыщения и фейковых новостей печатные СМИ продолжают привлекать читателей своим качеством и надежностью, более глубоким анализом и достоверной информацией, что не всегда можно найти в интернете.

Цифровизация процессов подготовки изданий и в целом технологических процессов, цифровая печать привели к значительным изменениям в полиграфии, в том числе в выпуске книг, газет и журналов. В последние годы возник «Самиздат», появилась «печать по требованию» (POD) и др. Полиграфические технологии стали находить широкое применение в производстве различных видов другой продукции, в первую очередь упаковки и этикеток, товаров народного потребления и др.

Кадровый потенциал печатной индустрии — ключевой фактор ее развития. Широкий спектр печатных продуктов, использование разнообразных технологий, оборудования и материалов обуславливают необходимость подготовки кадров соответствующих профилей и уровней образования. Подготовка квалифицированных рабочих кадров и специалистов — один из важных компонентов обеспечения устойчивого и эффективного развития печатной индустрии. Активное внедрение новых технологий, материалов требует высококвалифицированных кадров, успешно применяющих свои знания на практике. Полиграфической индустрии нужны квалифицированные работники, которые прошли высококачественную подготовку и обладают глубокими компетенциями.

Во многих странах в настоящее время введены системы квалификаций, представляющие собой совокупность механизмов правового и институционального регулирования квалификаций работников со стороны рынка труда и предложения квалификаций со стороны системы образования и обучения. Характеристику квалификации (уровня знаний, умений, профессиональных навыков и опыта работы), необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, определяют профессиональные стандарты. В настоящее время для различных профессий полиграфии разработаны и утверждены Минтрудом России профессиональные стандарты. Однако Министерством науки и высшего образования и Министерством просвещения разрабатываются и утверждаются Федеральные государственные образовательные стандарты, на основе которых учебные заведения разрабатывают образовательные программы, часто не учитывающие современные требования предприятий по содержанию подготовки кадров.

Чтобы оценить кадровые проблемы полиграфической индустрии, Академия медиаиндустрии в январе – марте 2024 г. провела мониторинг полиграфического производства по итогам 2023 г. Участники опроса должны были ответить на вопросы анкеты, которые касались организационно-правовых форм предприятий, их специализации по технологиям печати, показателей деятельности и факторов, которые влияли на результаты работы, кадровых проблем. Если по вопросам объемов производства ответы в большинстве случаев показывали успешность деятельности, то на вопрос анкеты по кадрам респонденты преимущественно отметили, что испытывают сложности с подбором персонала — 72 респондента, на отсутствие соответствующих специалистов указали 57 респондентов при этом 44 респондента отметили завышенные требования соискателей по оплате труда (см. рисунок).

Испытывают ли предприятия сложности с подбором персонала (205 ответов)



Рис. 1. Распределение ответов на вопрос анкеты по персоналу

Современная система подготовки и повышения квалификации кадров в полиграфии должна учитывать запросы организаций печатной индустрии, структурные и производственные изменения в полиграфическом бизнесе. Обучение кадров с высшим образованием (бакалавриат и магистратура) для полиграфической индустрии в настоящее время осуществляется по двум основным направлениям: «Технология полиграфического и упаковочного производства» и «Технологические машины и оборудование (по отраслям)». Приём студентов на первый курс по направлению «Технология полиграфического и упаковочного производства» составил в 2023 г. немногим более 400 человек, что явно мало для полиграфического производства.

В рамках общего направления «Технология полиграфического и упаковочного производства» вузы предлагали разные образовательные программы: «Технология полиграфического и упаковочного производства», «Цифровые технологии в производстве печатной продукции», «Высокотехнологичные материалы и процессы упаковочного производства», «Технология и дизайн упаковочного производства», «Проектирование и дизайн

упаковки продуктов питания», «Бизнес-процессы печатной и упаковочной индустрии», «Ресурсное обеспечение печатной и упаковочной индустрии», «Дизайн и проектирование мультимедиа и визуального контента», «Конструирование и дизайн упаковки», «Промышленный дизайн и принтмедиа технологии», «Технологический дизайн и эко-брендинг упаковки» и др. Но непосредственно по образовательной программе «Технология полиграфического производства» в 2023 г. подготовка кадров осуществлялась всего в двух вузах: Санкт-Петербургском государственном университете промышленных технологий и дизайна и Уральском федеральном университете имени первого Президента Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург). Из сказанного следует, что практику определения контрольных цифр приема, а также выбор вузами образовательных программ следует изменить.

Важны для полиграфического производства и специалисты в области полиграфического оборудования. Их подготовка осуществляется в рамках бакалавриата по направлению «Технологические машины и оборудование». Это направление со специализацией в области полиграфического оборудования открыто в трех высших учебных заведениях. В Московском политехническом университете реализуется образовательная программа «Реверс-инжиниринг процессов и оборудования», в Санкт-Петербургском государственном университете промышленных технологий и дизайна — «Принтмедиа-системы и комплексы» и «Полиграфические машины и автоматизированные комплексы», в Санкт-Петербургском политехническом университете им. Петра Великого — «Цифровые автоматизированные интеллектуальные комплексы принтиндустрии». Таким образом, если выделить чисто образовательные программы по технологии и оборудованию полиграфического производства, то их доля в общем приеме в вузы по направлениям «Технология полиграфического и упаковочного производства» и «Технологические машины и оборудование» крайне мала.

Подготовка квалифицированных рабочих и специалистов среднего звена для полиграфического производства осуществляется в техникумах и колледжах в рамках группы профессий и специальностей «Технологии легкой промышленности», а также по специальности «Монтаж и техническая эксплуатация промышленного оборудования» с профилированием на полиграфическое производство.

Специальности среднего профессионального образования, по которым в 2023 г. велась подготовка кадров: «Полиграфическое производство», «Производство изделий из бумаги и картона», «Печатное дело», «Монтаж и техническая эксплуатация промышленного оборудования (по отраслям)». Рабочие кадры готовятся по профессиям: «Оператор электронного набора и верстки», «Переплетчик», «Печатник плоской печати», «Мастер печатного дела». Общий прием на обучение по рабочим профессиям и специальностям подготовки кадров среднего звена в последние годы составляет около 1200 человек. Подготовкой рабочих кадров и специалистов среднего звена занято 25 колледжей и техникумов во всех федеральных округах. Примерно треть из них находится в Центральном федеральном округе.

В 2023 г. Министерство просвещения Российской Федерации внесло изменения в перечень образовательных стандартов. Были изданы два приказа, которые окажут существенное влияние на подготовку кадров для печатной индустрии. Приказом от 21 июля 2023 г. № 551 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 29.02.11 «Полиграфическое производство» в 2024 г. прекращается приём на обучение по специальностям: «Полиграфическое производство», «Производство изделий из бумаги и картона» и «Печатное дело». Они заменяются одной специальностью 29.02.11 «Полиграфическое производство».

Аналогичная ситуация и с подготовкой рабочих кадров. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.11.2023 г. № 880 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии 29.01.36 «Мастер полиграфического производства»» объединены в одну программу обучения профессии: «Мастер печатного дела», «Оператор электронного набора и верстки», «Переплетчик», «Печатник плоской печати». При этом, как и со стандартами высшего образования, конкретное соотношение обязательной и вариативной частей образовательной программы, объемные параметры циклов дисциплин и практики учебное заведение определяет самостоятельно. Видимо, эти решения Министерства приведут к ситуации, аналогичной в высшем образовании.

Ряд крупных полиграфических предприятий, учитывая нехватку квалифицированных кадров, открывают собственные учебные центры. Один из них был создан предприятием ООО «ИПК Парето-Принт» в г. Твери. Основными задачами учебного центра являются: обеспечение потребности предприятия в квалифицированных кадрах путем реализации программ профессионального обучения персонала, а также достижение трудовой универсальности работников с помощью освоения ими смежных профессий и специальностей, новых технологий, навыков работы на разных типах оборудования.

Открыты и новые организации разных форм собственности, направление деятельности которых — подготовка и аттестация специалистов, организация курсов обучения рабочим профессиям. Примером такой организации является «Общество с ограниченной ответственностью «Центр оперативного профессионального обучения» (ООО «ЦОПО») в г. Подольске Московской области, который ведет обучение печатников.

Обучение и повышение квалификации кадров становятся в настоящее время важнейшими направлениями развития полиграфических предприятий. В то же время повышение квалификации и профессиональная переподготовка является формой обучения, направленной на получение новых компетенций, дополняющих полученные в базовом образовании. Следует отметить, что многие полиграфические предприятия не используют эти формы обучения с целью роста квалификации персонала.

Главная причина наличия кадровых проблем, как считают представители полиграфической индустрии и подтверждают результаты мониторинга, проведенного Академией медиаиндустрии, — отсутствие соответствующих специалистов на рынке труда. Еще одной проблемой является низкий уровень заработной платы, и это одна из причин того, что сотрудники, занятые технологическим обеспечением деятельности полиграфических производств, мигрируют в поисках более высокой оплаты труда.

ЛИТЕРАТУРА

1. Доклад Росстата «Социально-экономическое положение России» по итогам 2023 года. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-12-2023.pdf>.
2. Материалы мониторинга полиграфического производства по итогам 2023 г., проведенного ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Поступила в редакцию 24 декабря 2024 г.

СОВРЕМЕННОЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЕ ИСКУССТВО В МЕДИАОТРАСЛИ

УДК 802.0; 7.097

Н. Ю. СПУТНИЦКАЯ,
кандидат искусствоведения, доцент,
профессор кафедры сценарного мастерства и искусствоведения
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»,
ведущий научный сотрудник
НИИ киноискусства и кинообразования ВГИК имени С. А. Герасимова;
Россия, г. Москва.
e-mail: ninadormouse@gmail.com

М. Ф. КАЗЮЧИЦ,
кандидат философских наук, доцент,
профессор кафедры сценарного мастерства и искусствоведения
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»,
ведущий научный сотрудник
НИИ киноискусства и кинообразования ВГИК имени С. А. Герасимова;
Россия, г. Москва.
e-mail: mkazuchitz@gmail.com

ТЕЛЕСЕРИАЛ И МЕДИАКУЛЬТУРА: К ПРОБЛЕМЕ ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА

***Аннотация.** Статья посвящена изучению воспитательно-образовательного потенциала телесериала как значимого элемента современной медиакультуры. Авторы фокусируются на таких функциях сериала, как способность эффективно транслировать целевым аудиториям нормы поведения, формировать мнение по ряду вопросов, что особенно важно, если речь идёт о молодёжи. Истоки подобного воспитательно-образовательного потенциала телесериала авторы обнаруживают в кинематографической традиции, киносериале.*

***Ключевые слова:** телесериал, массовая культура, Другой, серийная форма, беллетристика в кино, школьный сериал.*

N. Yu. SPUTNITSKAYA,
PhD in Art History, Associate Professor,
Professor of the Department Screenwriting and Art History Department,
Academy of Media Industry,
Leading Researcher at the Research Institute of
Cinematography and Film Education
named after S. Gerasimov Institute of Cinematography;
Moscow, Russia.
e-mail: ninadormouse@gmail.com

M. F. KAZYUCHITS,

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Screenwriting and Art History Department,
Academy of Media Industry;
Leading Researcher at the Research Institute of
Cinematography and Film Education
named after S. Gerasimov Institute of Cinematography;
Moscow, Russia.
e-mail: mkazuchitz@gmail.com

TV SERIES AND MEDIA CULTURE: ON THE ISSUE OF EDUCATIONAL POTENTIAL

***Abstract.** The article is dedicated to the study of the educational potential of the television series as a significant element of modern media culture. The authors focus on such features of TV series as the ability to effectively convey behavioral norms to target audiences, and form opinions on a number of issues, which is especially important when it concerns young people. The authors find the origins of such an educational potential of TV series in the cinematic tradition, the film series.*

***Keywords:** TV series, popular culture, Other, serial form, fiction in movies, school series.*

Телесериал в современной медиаккультуре занимает одно из главных мест не только благодаря высокой востребованности целевыми аудиториями, но и в связи с значительным воздействием на зрителя, особенно молодёжь. В зарубежных и отечественных исследованиях¹, начиная с 1960-х—1970-х годов, неоднократно подчёркивалось, что телесериал благодаря иному режиму просмотра, отличающемуся от киносеанса, в гораздо больше степени способен выполнять образовательные или шире — воспитательные функции.

Сериал — сегодня не только на телевидении, но и на различных сервисах, медиаплатформах — способен эффективно формировать у молодой аудитории устойчивые навыки социального поведения, отношения к окружающим, мнение по различным вопросам и пр. По этой причине задача изучения современных сериалов, их образовательно-воспитательного потенциала чрезвычайно актуальна и представляет большую научную ценность.

Следует отметить, что в своих истоках телесериал многое наследовал из традиции кино. Киносериал, возникнув ещё в первой четверти XX века, продемонстрировал ряд тех функций, которые спустя десятилетия гораздо более эффективно были реализованы в современной медиаккультуре.

¹ См., напр., Многосерийный телефильм: Истоки, практика, перспективы. М. : Искусство, 1976.

СПЕЦИФИКА ИЗУЧЕНИЯ СЕРИЙНЫХ ФОРМ В КИНОВЕДЕНИИ

Серийность в кинематографе, возможно, в наибольшей степени демонстрирует синтетическую природу киноискусства. К опыту «серий», как их тогда именовали, стали прибегать рано, по крайней мере начиная с 1908 г. французские режиссеры В. Жассе и затем Л. Фейад. В исследованиях отмечается связь киносериальности с серийными романами и комиксами, которые в первые годы становления нового искусства выступили литературной основой с точки зрения как драматургии в целом, так и тематического разнообразия. «Введение серии сыграло важную роль. Она была заимствована из популярной литературы, в частности из американской популярной серии романов о Нике Картере, книжонки которой в пестрых обложках выпускались еженедельно. Эти серии переводились на все языки и пользовались большой популярностью во Франции. Каждый выпуск серии “Ник Картер, король детективов” представлял собой, согласно рекламе, “небывалый и заверченный сюжет”»², — отмечал Ж. Садуль.

Большую известность приобретает и первый немецкий киносериал «Гомункул» (*Homunculus*, 1916–1917) Р. Райнерта (6 серий). В то же время массовая природа киноискусства, а в равной мере и его универсальный язык делали кинематограф доступным широким слоям публики, без учета социальной стратификации. Это свойство в известной мере связывало массовый вид искусства кино с массовыми формами литературы как источником социальной нормы. Ориентация зрителя в системе персонажей, сюжете, тематике в соответствии с его ожиданиями служила основой удовольствия от кинозрелища в целом. «Многие из... фильмов, в особенности выпускаемые фирмой «Пате», укрепляли ценности буржуазной семьи, которые иногда в те годы (1911–1913. — *Авт.*) сливались с эстетикой милитаризма как символом общественного благоденствия и стабильности. В то же время изрядное число сериалов, особенно от «Гомон», включали образы, находившиеся на периферии социального благоденствия, такие как одинокие женщины — жертвы собственных страстей или бесчестья, с одной стороны, и жены и матери, с другой. Так как эти семьи и образы встречались в различных классах французского общества, то это значило, что современные мелодрамы продолжали обращаться к смешанной аудитории...»³, — отмечал американский исследователь Р. Эйбл о специфике ранних французский лент.

Таким образом, кинематограф, заимствовав некоторые механизмы серийного повествования из литературы, получал доступ к собственному сегменту аудитории. Серийность, впрочем, обуславливалась и определенными традициями короткого метра для жанров комического, мелодраматического, уголовного/детективного, приключенческого фильма. «В отличие от исторических кинолент, мелодрамы продолжали выпускаться как 1-частевые фильмы. <...> Однако благодаря этим картинам возросла доля интертитров в лентах до одного рулона. Опять-таки, в отличие от исторических фильмов

² Садуль Ж. Всеобщая история кино. В 6 т. М., 1958–1963. Т. 1. С. 432.

³ Abel R. The ciné goes to town: French cinema, 1896–1914. Berkley ; Los Angeles, 1998. P. 354.

основная ставка здесь делается на конец рулона, частично потому, что жанр мелодрамы тяготеет к неадаптированным сценариям⁴. Хотя в большинстве фильмов цельный сюжет дробился между отдельными рулонами... Фейад... начинает использовать концовку части как средство создания интриги (suspense), которая раскроется только в последующей части. <...> Вместе с криминальными сюжетами, которые неуклонно проникали и в мелодраматические ленты, данная стратегия становилась основой для нового специализированного жанра детективных или уголовных/криминальных фильмов»⁵, — писал Р. Эйбл. Ж. Садуль также указывает на введение элемента интриги в конце части, ссылаясь на фильмы В. Жассе, который «применил тот же метод, оставшая в сериях 1914 года в конце старую магическую формулу романов с продолжением: “Продолжение в следующем номере”»⁶. Впрочем, Рейнерт организует сюжетную композицию шести серий «Гомункула», также выделяя кульминационные точки в финале каждой.

Фильм интересен, прежде всего, эклектичностью темы и выбором героя. Главный герой, Рихарт Ортман, — человек, искусственно выращенный в лаборатории. Обладая огромной силой, он не способен испытывать чувств. Любовь, суть человеческой природы, по его мнению, становится для героя проклятием. Подобные предлагаемые обстоятельства в серийной форме трансформируются в мелодраму. Герой обретает демонические черты. Исполнителю роли гомункула был подобран характерный грим. Благодаря этому внешность его приобрела инфернальные черты, которые придаются, как правило, подобным персонажам в театре, опере, балете (глубокие черные тени под глазами, обводка глаз и пр.). Вполне естественно, что готические интерьеры, подземелья, смерть персонажей, связавших с ним судьбу, становятся неотъемлемыми элементами образа героя. В сериале активно эксплуатируются и байронические мотивы. Ортман всегда облачен в черный плащ, принимает театральные позы и пр. Операторское решение также подчеркивает образ героя как изгнанника, мизантропа: нижние точки. Особенно интересен прием мизанкадра — символически значимый передний и задний планы, в соединении дающие новое значение. Выбор фантастической темы, скорее, продиктован не привычной на сегодняшний взгляд ориентацией на известный жанр, а влиянием контекста национальной литературы — Гофмана. Образы алхимических превращений, лабораторный инвентарь, вероятно, послужили источником концепции лаборатории, в которой был создан Гомункул, также несущей разрушительное начало.

Серийный характер ранних комических кинолент стал общим местом в киноведении. Герой, объединяющий группы 1-частевых фильмов, неизбежно создавал дискретное, серийное повествование. Это обстоятельство подчеркивал выдающийся отечественный теоретик кино В. Шкловский.

⁴ То есть сценарист для 1-частевого фильма создавал законченный сюжет, в то время как экранизируемое оригинальное произведение приходилось разбивать на несколько примерно равных частей.

⁵ *Abel R. Op. cit.*

⁶ *Садуль Ж. Указ. соч.*

Постоянных героев комических Линдера, Чаплина, «переходящих из фильма в фильм без перегримировки и даже не меняющих имена», он возводит к маскам итальянской комедии⁷.

Многосерийная форма на телевидении неизбежно наследует ряд узловых проблем кинозрелища: особенности экранного языка, проблемы драматургии и др. Тем не менее, телевизионная форма ставит и ряд специфических проблем, связанных с вопросами психологии восприятия, коммуникации, принципов передачи сообщения в рамках телевизионного вещания и кругом иных производственных задач.

КОНЦЕПТ ДРУГОГО В СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ СЕРИАЛА

В современном подходе к феномену Другого, российский культуролог Е. Шапинская выделяет три метода, которые условно обозначает как эволюционизм, релятивизм, универсализм. Из всех этих трёх типов изучения культуры Другого наибольшими симпатиями автора пользуются релятивистский подход, поскольку в его рамках расширяется понятие Другого, происходит его присвоение в массовой культуре.

Популярность в жанре триллера темы Других и особенностей её репрезентации представлены в исследованиях П. Хановой, Е. Дяттерева. Анализируя «другость» центрального персонажа «Доктора Кто», Ханова также говорит о ведущей роли нелепости, юриводности героя, которые становятся выпуклыми благодаря соседствующим персонажам⁸. Чужие, Другие, Эксцентричные — интерес к этим типам героев является симптомом определенных общественных трансформаций. В своей статье «Социальная критика Джона Карпендера: конспирология в “Чужих среди нас”» Е. Дегтярёв описывает историю появления в определённой исторической культурной ситуации интереса к Чужим в американской культуре конца 1980-х гг., в которой имел место острый межклассовый конфликт, кризис мужской идентичности, но оформлено это критическое высказывание в логике «бунта на продажу»⁹.

Е. Рапопорт, описывая логику нарратива сериала, замечает, что история Другого — это всегда история инициации¹⁰. Между тем позволим себе сделать предварительное предположение о том, что Другой школьного сериала — отнюдь не тот самый мифологический Трикстер, а персонаж, подаренный повседневностью, рожденный ею. В отличие от рассматриваемого Рапопорт Декстера, инициация Другого школьника имеет иные пружины и механизмы вовлечения зрителя, однако ключевая цель такого сериала совпадает с выделенной исследователем: формировать базовые ценности через демонстрацию различных оттенков и нюансов повседневной жизни.

⁷ Шкловский В. Б. За 60 лет: Работы о кино. М., 1985. С. 20.

⁸ Ханова П. Доктор Кто: геноцид для чайников // Философско-литературный журнал «Логос». 2014. № 6 (102). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doktor-kto-genotsid-dlya-chaynikov> (дата обращения: 25.01.2025).

⁹ Дегтярев Е. Социальная критика Джона Карпендера: конспирология в «Чужих среди нас» // Логос. 2014. № 5. С. 149.

¹⁰ Рапопорт Е. Логика сериала // Логос. 2013. № 3 (93). С. 25.

Т. Амирян сериалы на криминальную тему рассматривает с точки зрения устойчивости жанра, опираясь на структурализм Ц. Тодорова и анализ «Прослушки» Ф. Джеймисона¹¹, он рассуждает о значимости для массовой культуры и общества, склонного к паранойе, конспирологического дискурса. Автор обращается к социологии Пьера Бурдьё и делает вывод, что она вряд ли эффективна в отношении сериалов. Детективные и криминальные сериалы рассматриваются им как фикциональный продукт, в котором вряд ли имеют значение социальные иерархии, поскольку перед сериалом элита и масскульт теряют свои различия, это же идея поддерживается ещё в ряде работ (в частности А. Павлова¹²).

Однако в отношении школьного сериала именно эти инструменты могут оказаться эффективными, что и предстоит доказать в аналитической части данной статьи. Именно поэтому интересна классификация Д. Кралечкина, предложенная на основе анализа анимационного сериала «Дарья» (1997–2002) и фигуры интеллектуала как Другого: препы, гики, нерды, джоки и фрики образуют плотную персонажную ткань для реализации сатирического нарратива, при этом понятие иерархии и культурного капитала оказывается эффективным и рабочим.

Автор обращает внимание на принципиальное свойство сериалов о старшей школе — десублимацию и очень подробно описывает специфические школьные иерархии, запечатленные в «Дарье», обращает внимание на символический потенциал локаций и школьных дисциплин, оказавшихся в фокусе («арифметика, письмо, география и т. д. осваиваются на уровне сексуальных фантазий, причем успешные ученики с такой сублимацией справляются лучше»¹³). Однако заметим, что «Дарья» (спин-офф телешоу «Бивис и Баттхед») ставила своей целью высмеять стереотипы массовой культуры на материале школы и вывести из подполья Другого — женского персонажа. И сама система условности анимационного фильма, и ситуация трансляции (клипы MTV) вписывают «Дарью», прежде всего, в контекст молодежной субкультуры и отрицают эффект достоверности запечатленных школьным сериалом повседневных ритуалов. Между тем, исследование Д. Кралечкина безусловно становится важным фундаментом для анализа школьного сериала, которому в современной гуманитарной науке уделено незаслуженно мало внимания.

Как точно заметил Г. Борцмейер, «кинематограф занимался игроками, сериалы — фигурами»¹⁴. Кроме того, Борцмейер обращает внимание на главные функции сериала — определение социального пространства, формирование специализированного знания в отличие от универсального знания, к которому стремилось киноискусство. Ключевым свойством становится прерывание, а не завершение нарратива в сериале.

¹¹ Амирян Т. Конспирологическая серия // Логос. 2014. № 5. С. 231–250.

¹² Павлов А. Штурм публичное пространство: слова о гетеротопии плохого вкуса // Логос. 2014. № 5, 6.

¹³ Кралечкин Д. Дарья среди племен // Логос. 2014. № 5. С. 214.

¹⁴ Борцмейер Г. Круиз по сериалам // Логос. 2014. № 5. С. 198.

Однако можно заметить, что школьный сериал в этом плане выгодно отличается от многих других жанровых образований, поскольку в его основе лежит такой структурный принцип как точное и чёткое представление о начале и конце учебного года, а также количество старших классов ограничено: более трех лет одно поколение в школе не задерживается: герои либо меняют локации («Бeverли Хиллс, 90210», «Сплетница»), либо на их место приходят «новые поколения» (проекты «Деграсси», «Молокососы»). Таким образом, школьный сериал как наследник романа взросления содержит в себе, пусть и рудиментарные, «критерии остановки» (Итало Кальвино)¹⁵.

Таким образом, согласно морфологии В. Проппа, персонажи и атрибутика школьного сериала вариативны, а функции постоянны. Набор испытаний школьников — стабильная величина, что позволяет использовать в анализе школьного сериала структурный анализ и говорить о линейности повествования и наличии его направления. Следует обратить внимание на разрушение моральных границ и вариативность идентичности многих персонажей, выросших из «экранной школы». По этой причине в данной статье уделяется внимание школьным сериалам или школьным сезонам удачных, многосезонных проектов.

Идентификации зрителя с героем и заимствование механизмов обыгрывания напряжения, сопровождающего социализацию адресанта, явились причинами популярности жанра школьного сериала, который сформировал ряд важных паттернов для поколений, потребляющих этот продукт. То есть сериал о школе формирует знания, объективирует человеческое поведение. Другой в сериале является объектом наблюдения, объектом репрессии, узнаваемым. Отсюда возникает гипотеза данной работы о том, что школьный сериал являет механизм дисциплины, механизм нормализации, эффективный способ внедрения норм новой этики, который объективирует Другого.

Необходимо упомянуть о механизмах эмоционального заражения, описанных Э. Хэтфилд, Дж. Качиоппо и Р. Рапсоном, которые выделили четыре способа заражения эмоциями¹⁶: по механизму прямой мимикрии, сознательное представление переживания Другого, механизмы обмена краткосрочными эмоциями (шок, удивление, отвращение, радость — рефлексивные эмоции). Кроме того, участники могут разделять позитивное и негативное настроение из-за рефлекторных эмоций. Взаимные эмоции — это те эмоции, которые существуют между членами группы, они формируют доверие и притяжение, они направляют протестную активность. Член группы не обязательно должен полностью разделять убеждения, которые группа отстаивает, у активистов часто бывают смутное представление

¹⁵ Логос. 2014. № 5. «Но, возможно, эта бессодержательность присутствует не только в языке и изображениях — но и в самом мире. Эта чума поражает также жизни людей и историю целых наций. Она превращает историю в набор произвольных событий, не имеющих ни начала, ни конца. Причина моего расстройств — потеря формы, которую я наблюдаю в жизни и которой стараюсь сопротивляться единственным доступным мне оружием: литературой». URL: <https://batenka.ru/aesthetics/reading/kalvino-3/>.

¹⁶ Hatfield E., Cacioppo J. T., Rapson R. L. Emotional contagion // Current Directions in Psychological Science. 1993. Vol. 2, № 3. P. 9–100.

о ключевых вопросах, здесь автор ссылается на П. Бурдьё и его высказывания о том, что люди, отвечая на вопрос, отвечают от имени группы (влияние габитуса).

КРИТИКА ШКОЛЫ В США СРЕДСТВАМИ КИНО И СЕРИАЛА

Официальный дискурс представлений о подростках на экране, не имевший проблемы с цензурой или удачно решивший этот вопрос, таким образом становится существенным звеном в оформлении отдельного самостоятельного сегмента массовой продукции школьного сериала.

В этом смысле весьма показателен «Клуб “Завтрак”» Дж. Хьюза, который начинается с цитаты Дэвида Боуи и в большей степени адресован родителям, представителям молчаливого поколения, которые управляют детьми с помощью ярлыков: хулиган, спортсмен, ботан, принцесса. Другая часть аудитории — поколение X — ровесники героев и бэби бумеры, к которым относятся авторы — актеры, сценарист, режиссер.

Е. Шапинская обращает внимание, что, для того чтобы интегрироваться в коллектив, Другому необходимо покаяние публичное, испытание цензурой коллектива, эта интеграция обязательна для героев «Клуба...». Следует вспомнить вышедший накануне фильма книжный бестселлер «Управляемое сердце» (1983) А. Хохшильд и его грандиозную роль в истории социологии эмоций. В этой работе препарировался конфликт эмоций, которые навязываются правилами корпораций (или родителями) и собственных эмоций. Таким образом, лидеры протеста в США середины 1980-х гг. борются за возможность проявлять естественные (собственные), а не принужденные эмоции. Весьма красноречиво медиарепрезентации этого конфликта представлены в американских фильмах, входящих в условную серию «яппи в опасности», в частности в фильме 1984 г. «После работы» М. Скорсезе, вышедшем как раз после «Управляемого сердца». Своего апогея этот конфликт достигает в фильме «Бойцовский клуб» (1999) Д. Финчера, продемонстрировавшем раздвоение личности представителя офисного планктона, к которой приводит постоянное скрывание собственных чувств и эмоций. В фильме «Клуб “Завтрак”» представлена модель корпорации с гораздо большим разнообразием ролей внутри «школьного планктона» и интеграция проблемных персонажей в семейное кино.

Во время принудительного заточения в школе на несколько часов выходного дня ребята должны написать сочинение на тысячу слов о том, кем они себя видят. Это задание превращается для них в пытливое конструирование собственной идентичности. Отметим при этом, что требуется один текст на всех. Таким образом, перед героями (и зрителем) ставится задача сконструировать группу единомышленников.

Вопросы к обсуждению, которые выстраивают это сочинение: твоя роль в школьной иерархии; отношения с родителями; твое имя.

Сразу среди школьников выделяются два Других: неформалка и теневой лидер, хулиган Бендер из социально неблагополучной семьи с отцом-

деспотом. Бендер беспощаден не только к своим школьным товарищам по несчастью, но и к себе. Он же приносит себя в жертву и оказывается тем лидером, которого в искусственной ситуации организуют реактивные эмоции среди участников клуба и провоцируют определенные чувства в группе, а обмен культурными смыслами — это обмен чувствами (согласно автору «Социологии эмоций»). Бендер в исполнении Джадда Нельсона представляет типаж лидера группы, организующего специфические ритуалы для реализации потребности в выражении своих истинных эмоций.

В кульминации ребята ненадолго сбегают из места заключения, под рок-музыку путешествуют по коридорам школы и, наконец, их исповедь получает новое измерение: корни проблем у всех представителей разношерстной компании сокрыты в репрессиях родителей. В то же время школьники понимают, почему они не смогут оставаться друзьями вне пределов клуба «Завтрак».

Клишированные персонажи представляют собой персонажи-функции — стабильные и эффективные для текста о школе до сих пор. Например, тема девственности, которая развивается в «Клубе...» в образе Клэр, остается принципиально важной в школьном сериале. Как правило, с ней связана одна из ключевых сюжетных линий. При этом сюжет может получать различные причудливые конфигурации (например, в сериале «Большая маленькая ложь» речь идёт о продаже девственности, а в «Молодых охотницах за головами» ставится под сомнение необходимость сохранения девственности представительниц христианской общины, учениц христианской школы).

Миссия фильма — сформировать у персонажей, а вслед за этим у зрителя взаимные эмоции, то есть те эмоции, которые складываются между членами закрытой группы и формируют доверие и притяжение, ибо они направляют протестную активность.

Кроме фильма Хьюза важно вспомнить такие кинофильмы, как «Лукас» (1986) Ж. Леклерка и «Смертельное влечение» («Хезерс», 1988) М. Леманна, о гиках, пытающихся интегрироваться в культуру популярных школьников.

В «Смертельном влечении» повествование строится на обращении Вероники (Вайнона Райдер), отличницы и «синего чулка», к дневнику, который девушка начала вести после того, как её признали достойной принадлежать к неформальному клубу Хезерс, представленный царящими в школе тремя девушками-тезками. Ее миссия — остановить Хезерс, устанавливающих свои законы в школе, неформальный свод, отсекающий Других, а именно: Полную девушку, Новенького (Кристиан Слэйтер), гомосексуальных подростков. Однако и Красавицы, согласно авторскому замыслу, сами являются заложницами стереотипных моделей общества. Самые точные эпизоды — это коммуникация в школе внутри группы единомышленниц, одну из которых, кстати, исполнила Шэнон Доэрти, уже известная широкой публике по сериалу «Беверли Хиллс 90210». Фильм-дебют Леманна, несмотря на провал в кинопрокате, обрел культовый статус благодаря видеосалонам, ибо «Мир без Хезерс (популярных девиц) — мир свободы» (девиз Вероники).

Необходимо вспомнить ярко провозгласившие проблемы расы в поп-культуре клипы Майкла Джексона, в частности его «Триллер» (1983), в котором одетый в культовый костюм персонажа «Назад в будущее» — юного представителя WASP¹⁷ бесшовные перетекания и трансформации тела подростка, стремительная его дислокация из экранной реальности в профанное пространство, размытость границы миров и категорий. Так или иначе, но этот клип вобрал в себя все основные социальные фобии времени.

Мы не случайно останавливаемся на эстетике восьмидесятых, ибо в последние пять лет в сериальном производстве наблюдается серьезный интерес к детскому и подростковому кинематографу именно этого периода. Во многом это продиктовано тем, что в это десятилетие, на фоне окончания холодной войны и популярности постколониальных исследований, произошел пересмотр Другого. Кроме того, в это время были сформированы базовые эстетические модели, которые действенны и эффективны по сей день в стремительно развивающейся сфере сериального производства фильмов о школьниках, и авторы сериалов выросли на этих фильмах.

В высказываниях о подростках чрезвычайно важно отметить эту связь поколений и интерес современного сериала к проблеме коммуникации между представителями разных поколений в рамках школьного дискурса.

Развенчанию мифов о невинности молодого поколения, и в частности о паттернах, сформированных школой, и репрессивных ролях школьников в значительной степени способствовал культовый авторский сериал начала 1990-х «Твин Пикс».

На заре 1990-х гг. авторский сериал «Твин Пикс» Дэвида Линча, в котором агент ФБР расследует убийство школьницы, обратил внимание аудитории на новое прочтение школы. *Повседневное* обретает на экране статус *фантастического*, если обратиться к характеристикам, выделенным Тодоровым («Введение в фантастическую литературу», 1973). «Твин Пикс» похож на искусное лакомство (не случайно серьезное внимание уделено автором пищевым пристрастиям агента — кофе и вишневому пирогу, — и подчеркнутой тактильности экранного мира), если вспомнить известный афоризм-метафору Альфреда Хичкока¹⁸: скабрёзности, привлекающие обывателей, изысканный изобразительный ряд, приемы черной комедии и триллера, сентиментальный сюжет и детективная интрига, прекрасные и уродливые тела — все соединено автором в прихотливой пропорции. Однако как раз неоднозначность, многослойность породила эффективную модель для развития проекта: фан-арт, дискуссии, путеводители. «Твин Пикс» не столько деконструировал мифологемы, сколько создавал их в формате многосерийного кино.

В 2000-х гг. школьный сериал реанимируется через активное освоение персонажами разнообразных профессий. Героиня проекта «Вероника Марс» (2004—2007) помогает расследовать преступления отцу — отставно-

¹⁷ White Anglo-Saxon Protestant — белые англосаксонские протестанты.

¹⁸ «Моё кино — кусок пирога» — афоризм, приписываемый А. Хичкоку.

му шерифу (следует обратить внимание на «гендерную ориентацию» работ Джоса Уидона: «Кукольный дом», «Вероника Марс»), то в 2010-х характерные для подростковой субкультуры хобби вытесняет демонстрация необычных навыков и сверхспособностей.

Другая тенденция обновления типовой модели школьной драмы связана с использованием мистических мотивов, вследствие чего возникает грубый символизм: для юноши инициация буквально связана с подавлением звериной природы («Волчонок» / TeenWolf», шесть сезонов) или сверхспособностей («Тайны Смолвиля» / «Smallville», восемь сезонов), для девушки поиск Самости вытеснен мотивом открытия в себе ведьмы. Поэтому сериалы «Волшебники из Вейверли Плейс» («Дисней», 2007–2012, четыре сезона), «Волшебники» (2016) и другие ответили ожиданиям аудитории. Эти проекты, кроме того, тесно связаны с американской комикс-культурой: либо произрастают из нее, либо дарят образы.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Амирян Т.* Конспирологическая серия // Логос. 2014. № 5. С. 231–250.
2. *Борцмейер Г.* Круиз по сериалам // Логос. 2014. № 5. С. 193–213.
3. *Дегтярев Е.* Социальная критика Джона Карпентера: конспирология в «Чужих среди нас» // Логос. 2014. № 5. С. 141–162.
4. *Кралечкин Д.* Дарья среди племен // Логос. 2014. № 5. С. 213–230.
5. Многосерийный телефильм: Истоки, практика, перспективы. М., 1976.
6. *Рапопорт Е.* Логика сериала // Логос. 2013. № 3 (93). С. 21–36.
7. *Садуль Ж.* Всеобщая история кино. В 6 т. М., 1958–1963. Т. 1.
8. *Шкловский В. Б.* За 60 лет: Работы о кино. М., 1985.
9. *Abel R.* The ciné goes to town: French cinema, 1896–1914. Berkley ; Los Angeles, 1998.
10. *Hatfield E., Cacioppo J. T., Rapson R. L.* Emotional contagion // Current Directions in Psychological Science. 1993. Vol. 2, № 3. P. 96–100.

Поступила в редакцию 26 января 2025 г.

УДК 37.018.43

О. А. ГУРЬЯНОВА,
заведующая кафедрой инновационных технологий
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: goa0208@yandex.ru

А. Ю. ГНИБЕДА,
доцент кафедры инновационных технологий
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: artemgnibeda@yandex.ru

ВОПРОСЫ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ В РЕЖИМЕ ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИИ

***Аннотация.** Статья посвящена некоторым вопросам, возникающим при взаимодействии преподавателя и слушателя в процессе обучения, проходящего в режиме видеоконференции с использованием дистанционных технологий.*

В статье рассматриваются актуальные проблемы, с которыми неизбежно сталкивается и преподаватель, и слушатель при изучении профессиональных программных средств обработки информации. Представлены различные вспомогательные ресурсы, позволяющие облегчить коммуникацию между преподавателем и слушателем при отсутствии единой образовательной платформы.

***Ключевые слова:** медиаобразование, медиакоммуникация, технические средства, дистанционные технологии, программные средства обработки информации.*

O. A. GURYANOVA,
Head of the Innovative Technologies Department,
Academy of Media Industry,
Moscow, Russia.
e-mail: goa0208@yandex.ru

A. Yu. GNIBEDA,
Associate Professor of the Innovative Technologies Department,
Academy of Media Industry,
Moscow, Russia.
e-mail: artemgnibeda@yandex.ru

MEDIA COMMUNICATION ISSUES ARISING IN THE COURSE OF VIDEO CONFERENCE TRAINING

Abstract. *This article is devoted to some issues that arise during the interaction of a teacher and a listener in the learning process, which takes place via videoconference using remote technologies.*

The article discusses the current problems that both the teacher and the listener inevitably face when studying professional information processing software. The article presents various auxiliary resources to facilitate communication between the teacher and the listener in the absence of a single educational platform.

Keywords: *media education, media communication, technical means, remote technologies, software information processing tools.*

Для освещения вопросов, с которыми общество сталкивается в условиях медиакommunikации с применением дистанционного образования, необходимо определить такие термины, как медиаобразование и медиасреда.

Термин «медиаобразование» был введен не так давно и обозначает изучение воздействия средств массовой и другой коммуникации (в том числе прессы, телевидения, радиовещания, рекламы, кинематографа и интернета), которые используются в рамках подготовки работников этой сферы, а также включает в себя все необходимые знания инфокоммуникационных технологий. То есть означает еще и умение квалифицированно использовать средства коммуникации и тесно связан с медиасредой (медиапространством)¹.

Задачи, которые ставит перед собой медиаобразование — это подготовка слушателя к современным условиям, при которых необходимо воспринимать различную информацию, понимать ее и овладевать способами общения с применением технических средств².

При подходе к образованию, проходящему в режиме видеоконференции с использованием дистанционных технологий, и создании медиасреды для возможности реализации различных учебных программ неизменно возникают особые требования.

При изучении профессиональных графических программ, например «Обработка и создание изображений в редакторе векторной графики Adobe Illustrator» и «Обработка изобразительной информации в редакторе растровой графики Adobe Photoshop»³ возникает больше сложностей, что связано со сложностью интерфейса самих программ. Adobe Photoshop — это графический редактор, предназначенный для работы с изображениями, который используется профессиональными фотографами, графическими дизайне-

¹ Федоров А. В. Медиаобразование: история и теория: учеб. пособие для вузов. М.: МОО «Информация для всех», 2015.

² Чельшева И. В. Роль, функции и содержание работы научно-образовательного центра в медиаобразовании и медиапросвещении педагогов: учеб. пособие. М.: Директ-Медиа, 2022.

³ Гурьянова О. А. Методические указания по работе в программной среде Adobe Photoshop: учеб.-метод. пособие. М.: Академия медиаиндустрии, 2023.

рами и художниками. Adobe Photoshop используется в различных отраслях, включая фотографию, рекламу, кино и телевидение, а также цифровые медиа. Сложность реализации программы для обучения обусловлена следующими особенностями.

1. Ранее для использования программного ресурса необходимо было приобретать официальную лицензию и продлевать её по истечении срока действия. Стоимость годовой лицензии на одного пользователя составляла 2 665 руб. В настоящее время пакеты программ Adobe недоступны для пользователей в Российской Федерации, что вынуждает обращаться к альтернативным решениям, которые, к сожалению, не представлены в широком ассортименте на современном рынке.
2. Пакеты программ Adobe предъявляют высокие требования к системным ресурсам. Программы требуют значительных вычислительных мощностей, так как часто изображения занимают большой объём памяти. Например, для работы с программой Adobe Photoshop ПК должен удовлетворять системным требованиям, указанным в таблице ⁴.

Системные требования к ПК для установки Adobe Photoshop (выпуск за октябрь 2024 г. (версия 26.0))

Ресурсы	Минимальные	Рекомендуемые
Процессор	Multicore Intel, AMD, или WinARM	
Операционная система	Win 10 (V22H2); Win 11 (V21H2, V22H2, V23H2)	
ОЗУ	8 ГБ	16 ГБ или более
Видеокарта	1,5 ГБ видеопамати ГП	4 ГБ видеопамати ГП
Место на жестком диске	10 ГБ свободного пространства на жестком диске	100 ГБ свободного пространства на жестком диске <ul style="list-style-type: none"> • Высокоскоростной встроенный твердотельный накопитель для установки приложения • Отдельный встроенный носитель для рабочих дисков
Интернет	Для обязательной активации программного обеспечения, подтверждения подписки и доступа к онлайн-услугам требуется подключение к интернету и регистрация	

Трудность работы с программой обусловлена наличием сложного интерфейса, а также большого количества дополнительных функций. В некоторых случаях при использовании инструмента может возникнуть некорректная работа, что требует проверки не только установленных параметров инструмента, но и базовых настроек программы.

⁴ Минимальные и рекомендуемые системные требования для Photoshop. URL: <https://helpx.adobe.com/ru/photoshop/system-requirements.html> (дата обращения: 04.10.2024).

Рассмотрим на примере. Имеется инструмент Кисть (рис. 1, а), для которой есть основные параметры (рис. 1, б), помимо этого необходимо проверить Режим, Непрозрачность, Нажим (рис. 1, в). Но при этом, например, работа может производиться не на том слое, поэтому необходимо отслеживать выбор активного слоя, активный слой подсвечивается (рис. 2).

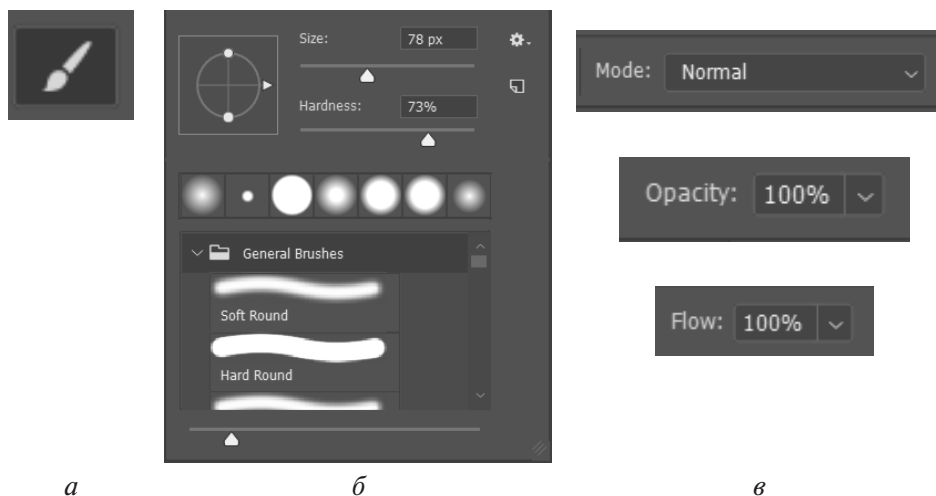


Рис. 1: а – инструмент Кисть; б – параметры инструмента; в – дополнительные параметры

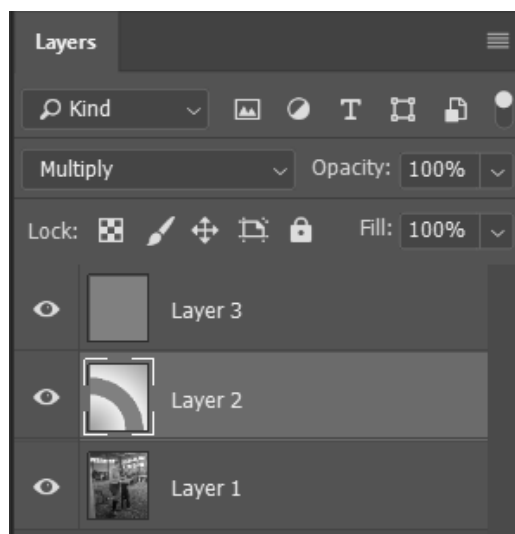


Рис. 2. Активный слой, выбор слоя

Чтобы быстро найти ошибку, нужно видеть рабочую область программы, но в используемых сервисах это невозможно. В условиях, когда слушатель

может только задавать вопросы, на обнаружение последствий отсутствия реакции программы, ошибок начинающего пользователя уходит много времени.

Похожие сложности возникают и при изучении программы Adobe Illustrator, предназначенной для создания векторной графики.

Рассмотрим применение инструмента, позволяющего настроить градиентную заливку. Данный процесс включает в себя достаточно много манипуляций, при которых задействовано владение мышью и требуется понимание, каким образом производится вызов того или иного окна программы (рис. 3).

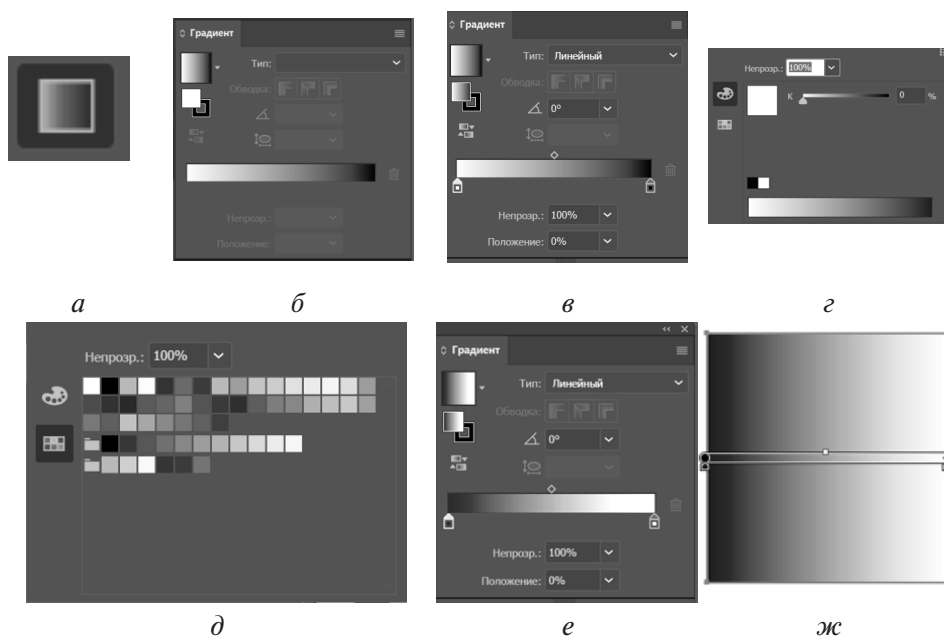


Рис. 3: а – инструмент Градиент; б – вызов редактора градиентов; в – выбор типа и количества цветов градиента; г – переключение для выбора цветного градиента; д – применение цветов градиента для ползунков; е, ж – применения выбранного градиента

Тем не менее удобство образовательного процесса, проходящего в режиме видеоконференции с использованием дистанционных мультимедийных технологий, уже признано его участниками, и в условиях пандемии COVID-19 этот процесс обучения получил очень широкое развитие и в дальнейшем привлек множество пользователей, для которых именно такой формат обучения является наиболее удобным.

Для решения проблем с проверкой настроек программы у конкретного пользователя можно было бы воспользоваться программами удаленного доступа, такими как Anydesk. Это программа для удаленной поддержки, которая обеспечивает бесперебойное взаимодействие между компьютерами

и устройствами, работающими на любых распространенных операционных системах. Это позволило бы оперативно устранить проблему и объяснить, в чём она заключалась, но такой метод также имеет некоторые ограничения. Помимо рассмотренных программ есть множество вспомогательных инструментов медиакommunikации, позволяющих сделать процесс обучения максимально удобным.

В условиях проведения занятий в режиме видеоконференций с применением дистанционных технологий особенно актуально, как для преподавателей, так и для слушателей, владение навыками работы в облачных сервисах, которые в значительной степени помогают увеличить скорость обмена данными, повысить эффективность образовательного процесса, а также в определённой степени обеспечить безопасность и сохранность файлов, используемых в данном процессе. В настоящее время различные информационные гиганты, такие как Google, Microsoft, предоставляют широкие возможности по использованию облачных технологий. В рамках данной статьи рассмотрены сервисы российской компании Яндекс, которые очень востребованы в современных условиях и по уровню своих возможностей не уступают аналогичным решениям перечисленных выше компаний.

Яндекс Диск — облачное хранилище данных, к основному функционалу которого помимо непосредственно хранения файлов в различных форматах относится синхронизация данных между разными устройствами, передача файлов между пользователями. Сервис доступен в браузере, через веб-приложение и специальную программу-клиент, а также позволяет работать с файлами как с персонального компьютера, так и с мобильного устройства. К тому же обеспечивается надежное шифрование соединения с сервером, проверка файлов на вирусы, а сторонним пользователям предоставляется несколько уровней доступа к файлу: от простого просмотра (например, загруженного видео) до редактирования (например, документа или таблицы)⁵.

Яндекс Документы — это онлайн-сервис, предоставляющий возможность работать с текстовыми документами, таблицами и презентациями. Также к его возможностям относится совместное редактирование документов с коллегами, настройка доступа к документам по ссылке, сохранение документов в форматах DOCX, XLSX и PPTX. Сервис доступен в виде веб-приложения и не требует установки дополнительного программного обеспечения⁶.

Яндекс Формы — это сервис для создания форм и опросов, который позволяет собирать информацию от пользователей и анализировать полученные данные. К основным возможностям «Яндекс Форм» относится включение вопросов разных типов, таких как с окном для ввода текста, двумя и более вариантами ответов, выбором определённой даты, оценкой по шкале, использование готовых шаблонов для разных задач, например

⁵ Яндекс Справка. Что такое Яндекс Диск. URL: <https://yandex.ru/support/yandex-360/customers/disk/web/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).

⁶ Яндекс Справка. О Яндекс Документах. URL: <https://yandex.ru/support/docs-desktop/> (дата обращения: 14.12.2024).

для резюме соискателя или регистрации на мероприятие, извлечение ответов в удобном формате (CSV, XLSX, TXT), разграничение доступа к форме и вариативность использования ⁷.

Яндекс Календарь — это персональный информационный менеджер, предназначенный для планирования дел, событий и встреч, расписания учебных занятий а также для синхронизации с другими сервисами «Яндекса», такими как «Яндекс Почта», «Яндекс Карты», «Яндекс Телемост»⁸.

Яндекс Концепт — это сервис для совместной работы с использованием интерактивных досок, который позволяет создавать и редактировать проекты в режиме реального времени, работать с текстом, таблицами, диаграммами и медиафайлами с любого устройства в режиме реального времени и с неограниченными количеством пользователей ⁹.

Яндекс Заметки — это простой и удобный сервис для создания и хранения текстовых заметок. Он позволяет быстро делать записи, сохранять идеи и мысли, а также делиться ими с одноклассниками и преподавателями ¹⁰.

Выше были перечислены сервисы для работы с файлами и организации учебного процесса. Как преподаватель, так и слушатели обладают равными возможностями по использованию данных сервисов, при этом работа может осуществляться одновременно с нескольких сервисов (рис. 4).

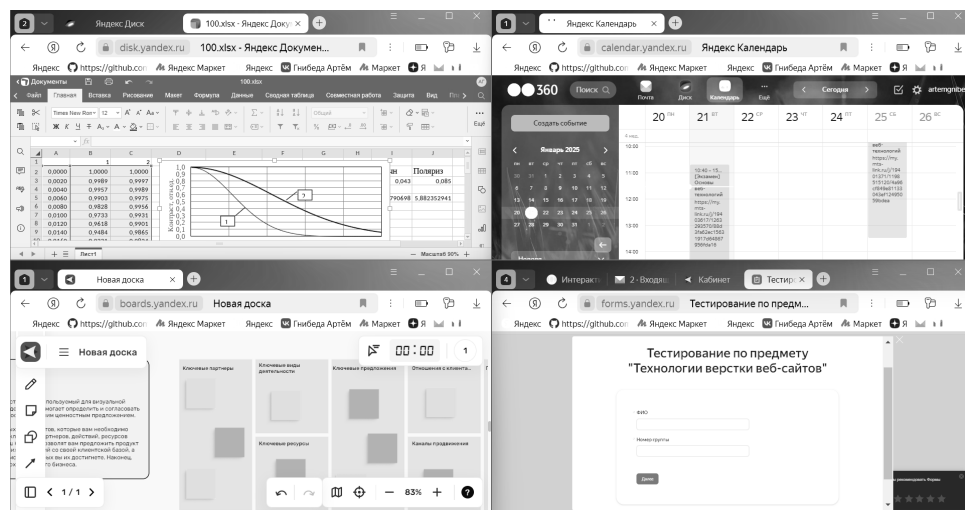


Рис. 4. Иллюстрация одновременной работы в облачных сервисах Яндекса: документы, календарь, интерактивная доска, форма

⁷ Яндекс Справка. Yandex Forms. URL: <https://yandex.ru/support/forms/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).

⁸ Яндекс Справка. О Яндекс Календаре. URL: <https://yandex.ru/support/yandex-360/customers/calendar/web/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).

⁹ Яндекс Справка. О Яндекс Концепте. URL: <https://yandex.ru/support/boards/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).

¹⁰ Хабр. Сообщество IT-специалистов. URL: <https://habr.com/ru/news/455822/> (дата обращения: 14.12.2024).

«Яндекс» также предоставляет и отличные решения для коммуникаций с обучающимися, и они не ограничиваются одной лишь электронной почтой. К относительно новым разработкам можно отнести сервисы, о которых речь пойдет ниже.

Яндекс Мессенджер — это приложение для общения, которое позволяет отправлять текстовые и голосовые сообщения, обмениваться файлами, совершать аудио- и видеозвонки в личных и групповых чатах, создавать каналы и подписываться на них. Приложение доступно для различных платформ и устройств¹¹.

Яндекс Телемост — это платформа для проведения видеовстреч, с помощью которой можно проводить дистанционные встречи без ограничения по времени с подключением до 40 участников. Сервис «Яндекс Телемост» интегрирован с сервисом «Яндекс Календарь», который напоминает о предстоящих собраниях. Во время встречи участники могут общаться в чате, а по окончании её просматривать историю переписки (рис. 5)¹².



Рис. 5. Иллюстрация работы сервисов «Яндекс Телемост» и «Яндекс Мессенджер»

Сервисы Яндекса полезны для медиаобразования, так как они предоставляют возможности для хранения, обмена и совместной работы с различными типами файлов, включая фото, видео и документы. Это облегчает доступ к учебным материалам и совместную работу над проектами.

Таким образом, резюмируя вышесказанное и учитывая реальную ситуацию в связи с отсутствием общей образовательной платформы, можно сделать следующие выводы.

¹¹ Журнал Compass. URL: <https://getcompass.ru/blog/posts/yandex-messendzher/> (дата обращения: 14.12.2024).

¹² Яндекс Справка. О Яндекс Телемосте в браузере. <https://yandex.ru/support/yandex-360/customers/telemost/web/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).

- Медиаобразование включает подготовку слушателей к современным условиям восприятия информации и общению с использованием технических средств.
- Дистанционное обучение в Академии медиаиндустрии выявило проблемы коммуникации преподавателя и слушателя.
- Для успешного обучения в дистанционном режиме необходимы компьютер, интернет, колонки, наушники, микрофон и веб-камера.
- Дистанционное обучение с использованием мультимедийных технологий стало популярным и удобным для многих студентов и преподавателей.
- Облачные сервисы полезны для медиаобразования и облегчают доступ к учебным материалам и совместную работу над проектами.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гурьянова О. А.* Методические указания по работе в программной среде Adobe Photoshop: учеб.-метод. пособие. М. : Академия медиаиндустрии, 2023.
2. Журнал Compass. URL: <https://getcompass.ru/blog/posts/yandex-messendzher/> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Минимальные и рекомендуемые системные требования для Photoshop. URL: <https://helpx.adobe.com/ru/photoshop/system-requirements.html> (дата обращения: 04.10.2024).
4. *Федоров А. В.* Медиаобразование: история и теория: учеб. пособие для вузов. М.: МОО «Информация для всех», 2015.
5. Хабр. Сообщество IT-специалистов. URL: <https://habr.com/ru/news/455822/> (дата обращения: 14.12.2024).
6. *Чельшева И. В.* Роль, функции и содержание работы научно-образовательного центра в медиаобразовании и медиапросвещении педагогов: учеб. пособие. М.: Директ-Медиа, 2022.
7. Яндекс Справка. Яндекс Forms. URL: <https://yandex.ru/support/forms/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).
8. Яндекс Справка. О Яндекс Документах. URL: <https://yandex.ru/support/docs-desktp/> (дата обращения: 14.12.2024).
9. Яндекс Справка. О Яндекс Календаре. URL: <https://yandex.ru/support/yandex-360/customers/calendar/web/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).
10. Яндекс Справка. О Яндекс Концепте. URL: <https://yandex.ru/support/boards/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).
11. Яндекс Справка. О Яндекс Телемосте в браузере. URL: <https://yandex.ru/support/yandex-360/customers/telemost/web/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).
12. Яндекс Справка. Что такое Яндекс Диск. URL: <https://yandex.ru/support/yandex-360/customers/disk/web/ru/> (дата обращения: 14.12.2024).

Поступила в редакцию 18 февраля 2025 г.

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В СТРАНАХ СНГ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

УДК 378.147; 81.42

Е. Н. ЧЕРНИЧЕНКО,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры журналистики
Приднестровского государственного университета им. Т. Г. Шевченко;
Приднестровье, г. Тирасполь.
e-mail: chen_elena@mail.ru

МЕДИАДИСКУРС КАК ИНСТРУМЕНТ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

***Аннотация.** Одной из ключевых идей является анализ значимости медиадискурса в современном обществе, особенно с точки зрения его влияния на медиаобразование и развитие критического мышления у студентов. Автор акцентирует внимание на том, что медиадискурс не просто передает информацию, но и формирует эмоциональное состояние, что подчеркивает его важность как инструмента развития общественного мнения.*

В статье применен междисциплинарный подход, где дискурс рассматривается с различных точек зрения: от лингвистики до социологии. Такое многоаспектное осмысление медиадискурса позволяет лучше понять его функции и механизмы воздействия на аудиторию. Определение дискурса как речевого образования событийно-ситуационного характера открывает новые горизонты для анализа медиатекстов. Критический дискурс-анализ, представленный в исследовании, позволяет не только выявлять идеологические и социальные контексты, но и подчеркивает важность учета экстралингвальных факторов медиатекстов.

В статье подобраны принципы критического дискурса анализа, которые направляют исследование на изучение социальной значимости медиаобразования. Медиадискурс является динамичным и многогранным явлением, что подтверждает необходимость комплексного подхода к его изучению.

Ключевые слова: медиа, образование, медиадискурс, медиатекст, медиапространство.

E. N. CHERNICHENKO,
Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor of the Journalism Department
Pridnestrovian State University named after T.G. Shevchenko;
Tiraspol, Pridnestrovie.
e-mail: chen_elena@mail.ru

MEDIA DISCOURSE AS A TOOL FOR MEDIA EDUCATION

Abstract. *One of the key ideas is the analysis of the significance of media discourse in modern society, especially in terms of its influence on media education and the development of critical thinking in students. The author emphasizes that media discourse not only conveys information, but also forms an emotional state, which emphasizes its importance as a tool for the development of public opinion.*

The value of the work lies in the interdisciplinary approach, where discourse is considered from various points of view: from linguistics to sociology. Such a multifaceted understanding of media discourse allows us to better understand its functions and mechanisms of influence on the audience. The definition of discourse as a speech formation of an event-situational nature opens up new horizons for the analysis of media texts. Critical discourse analysis presented in the study allows not only to identify ideological and social contexts of media texts, but also emphasizes the importance of taking into account extralinguistic factors.

The article selects the principles of critical discourse analysis, which direct research to the study of the social significance of media education. Media discourse is a dynamic and multifaceted phenomenon, which confirms the need for an integrated approach to its study.

Keywords: *media, education, media discourse, media text, media space.*

В эпоху информационного общества медиадискурс становится важнейшим инструментом медиаобразования, формируя не только общекультурные и профессиональные компетенции, но и способствуя развитию критического мышления у студентов. Разработка успешных стратегий медиаобразования требует осознания значения медиадискурса и его влияния на восприятие информационных потоков.

В сфере массмедиа вовлечены моральные и международно-правовые аспекты, в которых раскрываются деяния и мотивы субъектов. При помощи отобранных важных понятий в целевой аудитории формируется эмоциональное состояние, необходимое адресанту.

В языкознании существует несколько десятков дефиниций термина «дискурс», среди которых особенно распространено определение Н. Д. Арутюновой, «текст, взятый в событийном аспекте», «речь, погружённая в жизнь»¹.

Современное восприятие термина «дискурс» позиционируется как полиаспектное и осмысливается учеными с разных позиций, при этом акцентируется внимание на междисциплинарном статусе дискурсивных исследований, которые находятся на стыке лингвистики, социологии, психологии, стилистики и журналистики. В нашем исследовании дискурс определяется как речевое мыслительное образование событийно-ситуативного характера

¹ Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Сов. Энциклопедия, 1990. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary/linguistic-encyclopedia/articles/405/diskurs.htm>.

в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и другими факторами².

Неоднородность и обилие существующих классификаций дискурса объясняется разными подходами к этому явлению и, как следствие, разными типологическими критериями. Еще одной из причин нелогичных и неоднородных классификаций, по мнению М. Л. Макарова³, является недостаточное количество эмпирического материала.

Следует отметить, что интерес медиалингвистов к дискурсивным исследованиям проявляется, как правило, концентрацией внимания на типах дискурса, что определяются сферой функционирования — политическом, педагогическом, религиозном, научном, художественном, массмедийном и т. д.

Одной из отличительных черт СМИ считают, прежде всего, такую характеристику, как публичность, то есть наличие неограниченного круга потребителей; косвенное взаимодействие коммуникантов, разделенное в пространстве и времени; одновекторную направленность воздействия от адресанта к адресату, невозможность смены их ролей.

При этом массмедиа выполняют не только роль передатчика новостных и информационных потоков, но и считаются активными участниками общественно-политических и экономических процессов, в частности участниками, создающими ситуации и формирующими настроения. В медиалингвистике существует несколько подходов к определению термина «медиадискурс». К кругу нашего научного поиска относим прагматичный, когнитивный, функциональный подходы и критический дискурс-анализ.

Метод критического дискурс-анализа играет ключевую роль в изучении медиадискурса и позволяет сосредоточить внимание не только на внешних признаках медиатекста, но и на ряде экстралингвальных факторов. Критический дискурс-анализ медиадискурса предполагает наличие трех компонентов: адресанта, реципиента и текста, посредством которого происходит передача информации. Это позволяет понять когнитивные интенции (идеологические акценты, заложенные в тексте), лингвистические и экстралингвистические стратегии адресанта.

Критический дискурс-анализ⁴ рассматривает коммуникацию в массмедиа и исследует письменный и устный дискурс как формы социальной практики, раскрывает скрытые идеологические намерения в медиатекстах во взаимосвязи с социокультурными явлениями; предлагает аналитическую

² *Стеценко Н. М.* О соотношении понятий текст – медиатекст – медиадискурс. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Т. 24 (63). 2011. № 4. Ч. 2. С.372–378. URL: <http://docplayer.ru/39963911-O-sootnoshenii-ponyatiy-tekst-mediatekst-mediadiskurs-stecenko-n-m.html>; *Добросклонская Т. Г.* Медиатекст: теория и методы изучения // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-teoriya-i-metody-izucheniya> (дата обращения: 28.09.2024) ; *Сычева Е. В.* Понятие дискурса масс-медиа и методы его изучения // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-diskursa-mass-media-i-metody-ego-izucheniya> (дата обращения: 09.010.2024).

³ *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003.

⁴ *Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В.* Дискурс анализ: теория и метод / пер. с англ. под ред. А. А. Киселевой. Харьков : Изд-во Гуманитарного центра, 2004.

структуру эмпирического исследования, которая предусматривает три измерения: текст, дискурсивную и социальную практики.

Основная задача критического дискурс-анализа состоит в понимании замысла текста, ряда идей и представлений, с помощью которых автор новостей конструирует медиареальность. Упомянутый подход толкует медиатекст как иерархическую структуру, которая состоит из следующих категорий: заголовок, краткий обзор, главные события, контекст и предпосылки событий. Важнейшая информация иллюстрируется в начале, а далее реализуется релевантная структура медиатекста⁵.

Как утверждают специалисты в сфере «критического дискурс-анализа, дискурс — это форма социальной практики, которая одновременно и создает социальный мир, создаваемый посредством других социальных практик. Для социальной практики и дискурса характерна диалектическая связь, которая не только вносит вклад в формирование и изменение социальных структур, но и отражает их»⁶.

Критический анализ направлен на исследование социальных проблем, выраженных в медиадискурсе. Ряд ученых, задействованных в разработке этого направления, соглашаются с мнением, что язык является средством доминирования и социальной силы. Он служит законодательному закреплению отношений организованной власти.

Ученые, которые вовлечены в исследование социальной и политической конъюнктуры в медиа, занимают активную гражданскую позицию и проводят критический дискурс-анализ, целью которого является противостояние дискурсивного неравенства на материалах массмедийного дискурса.

Дискурсивный анализ сосредоточивает внимание на социальном тексте, структуре и организации дискурса, позволяет рассматривать социальное взаимодействие на лингвистическом материале, раскрывая связь между языком, властью и идеологией. Кроме того, анализ вербальных средств помогает декодировать имплицитную информацию в системе социальных координат и показать скрытые инструменты влияния дискурса на заданную систему. Критический дискурс-анализ ориентирован на решение социальных проблем и предлагает следующие фундаментальные принципы:

- дискурс выступает формой социального действия;
- дискурс исторический, конструирующий общество и культуру;
- критический дискурс-анализ рассматривает социальные проблемы;
- дискурс выполняет идеологическую функцию;
- дискурс-анализ занимается интерпретацией текстового материала;
- связь между текстом и обществом опосредована.

Согласно Т. ван Дейку, критический дискурс-анализ является типом дискурсивного анализа, который в первую очередь изучает, как злоупотребление властью, доминирование и неравенство порождаются, производятся

⁵ Пескова Е. Н. Медиакоммуникация и медиадискурс: подходы к определению понятий, структура и функции // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediakommunikatsiya-i-mediadiskurs-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiy-struktura-i-funktsii> (дата обращения: 28.09.2024).

⁶ Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В. Указ. соч.

и противодействуют в социально-политическом контексте⁷. Для этого дискурс-анализ привлекает теории и методы эмпирического исследования связи между дискурсом и совокупностью социальных отношений и практик. Причиной использования критического дискурс-анализа в исследовании является то, что дискурс-анализ обращается к социальной проблематике, отношениям доминирования, имеющим дискурсивную природу, дискурс участвует в порождении и формировании идеологии. В критическом дискурс-анализе используется качественный, детальный анализ текста (в отличие от, например, количественного конвертационного анализа), направленного на выявление специфики протекания дискурсивных процессов с лингвистических позиций на материале отдельных текстов. Базовой предпосылкой критического дискурс-анализа является регулятивный характер языка в процессе социального взаимодействия, которым руководят потребности участников дискурса.

Критический дискурс-анализ является смежным с когнитивно-прагматическим направлением, целью которого является установление и толкование связей между когнитивными процессами и путями и средствами их актуализации в социальной практике в прагматичной плоскости.

Суммируя все изложенное, отметим, что критический дискурс-анализ представляет собой новое междисциплинарное направление в современной медиалингвистике, изучающей способы репрезентации власти в сфере средств массовой информации, исследует, каким образом можно контролировать разум в определяющие моменты коммуникации, и обеспечивает теоретико-методологическую базу научных исследований. Кроме того, основные положения критического дискурс-анализа свидетельствуют, что медиатексты нельзя анализировать изолированно. Понимание новостных сообщений возможно во взаимосвязи с социальным контекстом.

Весомые результаты научного поиска в рамках функционального подхода к изучению медиадискурса находим в трудах Т. Хуккина, который внес важный вклад в развитие функционального подхода в анализ дискурса. С позиций функционального подхода к толкованию медиадискурса учитываются следующие элементы языка: контекст, в состав которого входят поле — социальное действие (экспликация содержания события); тенор — ролевая структура (дефиниция статуса, ролей участников); способ — символическая организация текста, роль языковых средств; семантика, состоящая из трех компонентов — идеационной семантики (содержания предложения), интерперсональной семантики (выражения отношение к содержанию предложения), текстуальной семантики (тематической и рематической структуры, а также графические, фонологические, лексические и грамматические аспекты)⁸.

⁷ *Dijk van T. A.* Principles of critical discourse analysis // *Discourse and Society*. 1993. Vol. 4. P. 243–289.

⁸ *Черниченко Е. Н.* Глобализация социальных трансформаций как основа для возникновения нового мультипликативного медиадискурса // *Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия: сб. материалов Международной научно-практической конференции*. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. 2024. С. 248–249. URL: https://pureportal.spbu.ru/files/116680405/Gurnalistika_2023.pdf.

В области медиалингвистики функционирует целый ряд определений, понятий медиадискурса, что является закономерным явлением с учетом сложности объекта познания. Каждый из представленных подходов способствует полиаспектному анализу, описанию и осмыслению многозначного термина «медиадискурс», владеющего междисциплинарным статусом и является объектом исследования многих научных дисциплин и отдельных направлений.

Функциональный подход обеспечивает восприятие информации как адресантом, так и адресатом, предсказуемость информации, понимание цели, способность не отклоняться от темы. К важным вопросам функционального подхода относится проблема выбора структуры и жанров медиадискурса, интеракционных факторов, референтных форм.

Следует отметить, что понятие медиадискурса носит разноплановый характер. Характер коррелирует с разными сферами и областями науки. По нашему мнению, использование этого понятия в медиалингвистике приобретает наиболее актуальное прочтение в контексте функционального направления.

Медиадискурс обращен к обществу в целом и используется как замкнутая целостная коммуникативная ситуация (событие), составляющими которой являются коммуниканты и текст как знаковый посредник, обусловленный различными факторами, что опосредуют общение и понимание.

В рамках функционального подхода внимание сосредоточивается на процессах порождения и функционирования медиадискурса и его составляющих. Функция объекта толкуется нами как его предназначение в определенной системе. Но целью исследования является не только выявление функций медиадискурса и его элементов при анализе исследуемых текстов, а установление того, как функция формирует структуру высказывания и дискурса вообще.

Современный функциональный подход, согласно которому язык является инструментом регулятивного воздействия, обогащается за счет когнитивистики и воплощается в когнитивно-прагматичном подходе. В соответствии с когнитивной прагматикой язык является эффективным средством проникновения в когнитивную систему реципиента и выступает в качестве социальной силы, как средство навязывания взглядов. Дискурсивное взаимодействие участников предстает в виде регулятивного влияния на концептосферу адресата через апелляцию к определенным концептам или их составляющим.

Следовательно, в соответствии с функциональным подходом определяющим является взаимосвязь медиадискурса с разными сферами жизнедеятельности человека, обуславливающими специфику речевой коммуникации. Это означает, что функциональный подход рассматривает дискурс массмедиа как ряд текстов, функционирующих в средствах массовой информации с определенной регулятивной целью. Сочетание нескольких общественно важных направлений деятельности приводит к возникновению гибридных типов дискурса.

Интервенция интернет-пространства приобрела тотальный характер, особенно с появлением социальных медиа, которые оказали существенное влияние на разные сферы быта индивида и коренным образом изменили систему межличностной коммуникации, а особенно языка, которым пользуются для установления и ведения контакта в среде социальных медиа. Необходимо отметить, влияние сетевого окружения на язык как фундамент коммуникации⁹.

Быстрое развитие информационных технологий в последние десятилетия не только привело к появлению и широкому распространению электронных средств массовой информации, но и расширило функции традиционных средств массовой информации (печать, аудио и видеопродукция, радиовещание и телевидение). Благодаря этому современные массмедиа стали единой интегрированной системой массовой коммуникации глобального характера, которая существенно влияет на общество, создавая новую систему ценностей, в том числе и для студентов¹⁰.

Мы пришли к выводу, что медиадискурс — своеобразная и специфическая категория современной медиалингвистики, которая предусматривает и специфические методики, средства и приемы изучения. Связано это, прежде всего с расширением медийных каналов — печатного контекста, интерактивным дискурсом. Именно поэтому о медиадискурсе следует говорить как о современной глобальной системе, интерес к которой в современном социуме увеличивается с каждым днем. В частности, в рамках интеграции гуманитарных и точных наук в медиаобразовании сконцентрированы требования к анализу медийных сообщений в контексте культурного, социального, политического и других векторов развития общества. Таким образом, интердисциплинарный подход позволяет объединить различные области знаний и углубить понимание медийных явлений. Медиадискурс оказывает значительное влияние на медиаобразование, предлагая новые образовательные технологии.

Базисный вектор когнитивно-прагматического подхода к исследованию массмедийного дискурса направлен на основы общей теории корреляции между использованием языка и социокультурными контекстами и на изучение языковой коммуникации как социального и культурного феномена. В этой связи стоит упомянуть о системе коммуникативных универсальных принципов (максим) Г. П. Грайса, состоящей из максим количества (оптимальной информативности), качества (истинности и правдивости), способа действия (минимизации потенциальных недоразумений, кратком и четком выражении мысли) и релевантности¹¹.

Особого внимания заслуживает тот факт, что когнитивно-прагматический анализ дискурса приобретает важное значение в исследованиях контекста,

⁹ Черниченко Е. Н. Роль социальных медиа в трансформации языка // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 7 (43). URL: <https://rulb.org/archive/7-43-2023-july/10.18454/RULB.2023.43.31> (дата обращения: 24.07.2023). DOI: 10.18454/RULB.2023.43.31.

¹⁰ Черниченко Е. Н. Глобализация социальных трансформаций как основа для возникновения нового мультипликативного медиадискурса. С. 248.

¹¹ Grice H. P. Logic and conversation // Syntax and Semantics. N.Y. : Academic Press. 1975. Vol. 3. P. 41–58.

эксплицирующего ситуацию общения, речевой и общий социокультурный контекст. На сегодняшний день в рамках когнитивной прагматики широко распространен стратегический подход, оперирующий понятиями «стратегия», «тактика», «коммуникативный ход» в медиадискурсе¹². То есть приоритеты адресанта выходят на передний план. С помощью стратегического подхода, применяя вербальные и невербальные инструменты, продуцент формирует у адресата устойчивое мнение по отношению к событию или субъекту, оценку определенного факта, коррелирующие с убеждениями адресанта.

С позиции когнитивной прагматики понятие «медиадискурс» дефинируется как сложное когнитивно-прагматическое образование, анализ которого предполагает наличие структур для представления знаний, инкорпорированных в дискурс или обусловленных им, а также структур для реализации его концептуально обусловленной организации. Под основным видом представления знаний нередко презентуется модель ситуации, содержащая в своем составе личные знания коммуникантов или адресатов текста¹³. Личные знания представляют аккумуляцию предварительного индивидуального опыта, намерений и наставлений, мыслей, чувств и эмоций. Модель ситуации позиционирует когнитивную основу, создаваемую определенной личностью, продуцирующей текст, и принимается во внимание адресатом для понимания текста. Распространенным среди исследователей является мнение, которое заключается в подчеркивании того факта, что понимание текста происходит, прежде всего, в условиях идентификации ситуации, которая представлена в тексте, в собственном, субъективном внутреннем мире, на основе собственного субъективно обусловленного опыта, благодаря собственным, субъективным моделям явлений и ситуаций.

Таким образом, понимание медиадискурса и разработка медиаграмотности в контексте образования представляют важные шаги к формированию у критически ориентированных студентов способности адекватно воспринимать и анализировать информацию, приходящую из различных источников.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Арутюнова Н. Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Сов. Энциклопедия, 1990. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary/linguistic-encyclopedia/articles/405/diskurs.htm>.

¹² Черниченко Е. Н. Глобализация социальных трансформаций как основа для возникновения нового мультипликативного медиадискурса. С. 248.

¹³ Кривошлыкова Л. В. К определению понятия «дискурс» // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2010. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-diskurs> (дата обращения: 28.09.2024) ; Кузнецова А. В. К определению понятия медиатекста // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2010. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-mediateksta> (дата обращения: 28.09.2024) ; Желтухина М. П. Медиадискурс // Дискурс-Пи. 2016. № 3–4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediadiskurs-1> (дата обращения: 29.09.2024).

2. *Добросклонская Т. Г.* Медиатекст: теория и методы изучения // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-teoriya-i-metody-izucheniya> (дата обращения: 28.09.2024).
3. *Желтухина М. Р.* Медиадискурс // Дискурс-Пи. 2016. № 3–4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediadiskurs-1> (дата обращения: 29.09.2024).
4. *Кривошлыкова Л. В.* К определению понятия «дискурс» // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2010. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-diskurs> (дата обращения: 28.09.2024).
5. *Кузнецова А. В.* К определению понятия медиатекста // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2010. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-mediateksta> (дата обращения: 28.09.2024).
6. *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. М. : Гнозис, 2003.
7. *Пескова Е. Н.* Медиакommunikация и медиадискурс: подходы к определению понятий, структура и функции // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediakommunikatsiya-i-mediadiskurs-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiy-struktura-i-funktsii> (дата обращения: 28.09.2024).
8. *Стеценко Н. М.* О соотношении понятий текст — медиатекст — медиадискурс. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Т. 24 (63). 2011. № 4. Ч. 2. С. 372–378. URL: <http://docplayer.ru/39963911-O-sootnoshenii-ponyatiy-tekst-mediatekst-mediadiskurs-stecenko-n-m.html/>.
9. *Сычева Е. В.* Понятие дискурса масс-медиа и методы его изучения // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-diskursa-mass-media-i-metody-ego-izucheniya> (дата обращения: 09.10.2024).
10. *Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В.* Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр, 2004.
11. *Черниченко Е. Н.* Глобализация социальных трансформаций как основа для возникновения нового мультипликативного медиадискурса // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия: сб. материалов Международной научно-практической конференции. М. : Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. 2024. С. 248–249. URL: https://pureportal.spbu.ru/files/116680405/Gurnalistika_2023.pdf.
12. *Черниченко Е. Н.* Роль социальных медиа в трансформации языка // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 7 (43). URL: <https://rulb.org/>

archive/7-43-2023-july/10.18454/RULB.2023.43.31 (дата обращения: 24.07.2023). DOI: 10.18454/RULB.2023.43.31.

13. *Dijk van T. A.* Principles of critical discourse analysis // *Discourse and Society*. 1993. Vol. 4. P. 243–289.
14. *Grice H. P.* Logic and conversation // *Syntax and semantics*. N.Y. : Academic Press. 1975. Vol. 3. P. 41–58.

Поступила в редакцию 18 января 2025 г.

УДК 378.1:339.924
ББК 664 (2Рос), 6; 74.484.4

А. Б. МАЛЬСАГОВА,
кандидат филологических наук,
Межгосударственная телерадиокомпания «Мир»;
Россия, г. Москва.
e-mail: a.malsag@yandex.ru

БАЗОВЫЕ ВУЗЫ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ СНГ

***Аннотация.** Средства массовой информации являются одним из наиболее действенных и эффективных инструментов «мягкой силы», в связи с чем политике информационного взаимодействия и координации медиаусилий уделяется повышенное внимание в стратегиях развития интеграционных объединений. Важным направлением такого партнерства является унификация национальных систем медиаобразования. На пространстве Содружества Независимых Государств наибольшим институциональным потенциалом к достижению данной цели обладают базовые образовательные организации — вузы стран СНГ, наделенные полномочиями по подготовке кадров значимых профессий.*

В статье рассматривается накопленный ими опыт в сфере профессиональной переподготовки и повышения квалификации журналистов, анализируются различные формы и инструменты сетевого взаимодействия, предлагаются перспективные средства, форматы и инструменты обучения. Обосновывается положение о том, что такие вузы являются оптимальным институтом для организации перехода к унификации медиаобразования, для создания информационно-аналитических, научно-методических центров медиаподготовки, межгосударственных университетов.

***Ключевые слова:** базовая образовательная организация СНГ, медиаобразование, профессиональная подготовка журналистов.*

A. B. MALSAGOVA,
Candidate of Philology,
Interstate Television and Radio Company «Mir»;
Moscow, Russia.
e-mail: a.malsag@yandex.ru

BASIC UNIVERSITIES IN THE SYSTEM OF PROFESSIONAL MEDIA EDUCATION IN THE CIS

***Abstract.** Mass media are one of the most effective instruments of «soft power». In this regard, the policy of information interaction and coordination of media efforts is given increased attention in the development strategies of integration associations. In the Commonwealth of Independent States, the greatest institutional potential for achieving this goal is possessed by basic educational*

organizations — universities of the CIS countries, empowered to train personnel for important professions.

The article examines the experience of basic educational organizations of the CIS in the field of professional retraining and advanced training of journalists, analyzes various forms and tools of network interaction, offers promising means, formats and tools of training. The author substantiates the position that such universities are the optimal basis for the transition to the unification of media education in the Commonwealth, for the creation of information and analytical, scientific and methodological centers for media training and interstate universities.

Keywords: *basic educational organization of the CIS, media education, professional training of journalists.*

Развитие национальных систем медиаобразования в государствах постсоветского пространства, вошедших в состав Содружества Независимых Государств, несмотря на неоднократно выражаемое мнение относительно целесообразности их сближения и унификации, осуществлялось по самостоятельным векторам. Длительное время вопрос об обеспечении общих основ подготовки журналистских кадров игнорировался в декларативных актах по формированию единого информационного пространства СНГ¹, несмотря на доставшийся в наследство от информационного единства на территории бывшего СССР педагогический, методический, кадровый и научный потенциал². В Плане мероприятий по реализации Концепции дальнейшего развития Содружества Независимых Государств, охватывающем период до 2030 г.³, какие-либо формы сотрудничества по организации подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для медиаотрасли, в отличие, например, от медицины, фармацевтики, правоохранительных и государственных органов, не указаны. Однако обострение геополитической ситуации в мире, активизация информационных войн с использованием современных цифровых технологий и искусственного интеллекта, применение развитыми странами инструментов мягкой силы являются аргументами в пользу того, что проблема развития систем профессионального медиаобразования на пространстве СНГ является актуальной научной и практической проблемой.

На целесообразность поиска вариантов оперативного и эффективного решения данной проблемы неоднократно указывалось на заседаниях Исполнительного комитета Содружества, в частности, в рамках обсуждения единой образовательной программы профессионального медиаобразования⁴. Несмотря на пристальное внимание к возможностям унификации

¹ См.: Концепция формирования информационного пространства Содружества Независимых Государств // Российская газета. 1996. 7 декабря. № 235. С. 9.

² Федоров А. В. Массовое медиаобразование в странах СНГ / А. В. Федоров, А. А. Левицкая, И. В. Чельшева и др. М.: ОД «Информация для всех», 2020. С. 7–8.

³ Решение Совета глав государств СНГ от 18.12.2020 г. «О Концепции дальнейшего развития СНГ и Плане основных мероприятий по ее реализации». URL: <https://cis.minsk.by/reestriv2/doc/6363#text>.

⁴ В СНГ поддержат разработку программы для студентов-журналистов. URL: <https://tass.ru/obschestvo/19171285>.

медиаобразования на пространстве СНГ на высшем уровне управления, на данный момент принимаемые решения здесь носят декларативный характер, а практические результаты достигнуты преимущественно в сфере профессиональной подготовки и переподготовки журналистов. Важным шагом в данном направлении стало определение базовых образовательных организаций СНГ.

Базовые образовательные организации СНГ в общем случае создаются для осуществления деятельности по следующим направлениям: реализация программ дополнительного профессионального журналистского образования, совместных научно-исследовательских проектов, разработка рекомендаций по унификации и гармонизации нормативной правовой базы, проведение научно-практических мероприятий, формирование методических, научных информационно-аналитических материалов и т. п.⁵ Следует отметить, что российские вузы, которые обладают развитой материально-технической базой, значительным кадровым потенциалом, эффективными методическими и научными разработками и являются опорными институтами стандартизации подготовки журналистов, наиболее представлены среди базовых образовательных организаций СНГ. Количество студентов — граждан стран СНГ, обучающихся по программам высшего профессионального образования в университетах России в рамках реализации международных соглашений, ежегодно увеличивается (см. таблицу). Так, с 2022 по 2024 гг. данный показатель вырос на 5,5 %.

Численность студентов — граждан стран СНГ, обучающихся в российских вузах в 2022—2024 гг.⁶

Страна	Численность студентов — граждан стран СНГ, обучающихся по программам специалитета, бакалавриата и магистратуры			
	2022/2023 учебный год		2023/2024 учебный год	
	чел.	% к общей численности	чел.	% к общей численности
Азербайджан	610	3,6	656	3,6
Армения	454	2,6	378	2,1
Беларусь	2 002	11,7	2 624	14,5
Казахстан	2 681	15,6	3 167	17,5

⁵ Информация о работе базовых организаций государств-участников СНГ в 2023 г. URL: <https://e-cis.info/cooperation/3049/108477/>.

⁶ Составлено автором по: Численность студентов — граждан стран СНГ, обучающихся по программам специалитета, бакалавриата и магистратуры (на начало учебного года). URL: https://docviewer.yandex.ru/?tm=1733593356&tld=ru&lang=ru&name=04-04_4k-2023.docx&text=Численность+студентов+-+граждан+стран+СНГ%2C+обучающихся+по+программам+специалитета%2C+бакалавриата+и+магистратуры&url=https%3A//rosstat.gov.ru/storage/2023/09-29/nATB71st/04-04_4k-2023.docx&lr=10&mime=docx&110n=ru&sign=3ad061bedbf0efcb19d6985c315664d6&keyno=0.

Кыргызстан	1 421	8,3	1 385	7,7
Молдова	1 501	8,8	1 485	8,2
Таджикистан	2 482	14,5	2 780	15,4
Туркменистан	935	5,5	1 256	6,9
Узбекистан	1 993	11,6	2 349	13,0
Украина*	3 058	17,8	2 004	11,1
Всего	17 137	100,0	18 084	100,0

*Полностью завершила свой выход из СНГ в 2018 г.

В 2023 г. впервые в качестве базовой образовательной организации по подготовке, переподготовке и повышению квалификации журналистов для СНГ был выбран ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»⁷. В соответствующем решении о наделении его данным статусом перечислены основные направления деятельности базовой образовательной организации в сфере медиаобразования, в том числе:

- реализация дополнительной профессиональной подготовки журналистов стран СНГ;
- реализация научно-исследовательских проектов и организация научно-практических мероприятий по проблемам развития журналистики и массовых коммуникаций стран СНГ, преподавания и изучения связанных с медиа дисциплин, анализ происходящих в них информационных процессов;
- экспертиза проектов нормативных правовых актов в рамках специализации базовой образовательной организации;
- оказание консультативной, методической помощи по вопросам, связанным с преподаванием и изучением журналистики в государствах СНГ;
- углубление сотрудничества с профильными образовательными организациями, научными и исследовательскими организациями стран СНГ для формирования информационной, научной и образовательной сети учреждений СНГ в сфере журналистики и медиакоммуникаций.

В число функций базовой образовательной организации, реализующей программы дополнительной профессиональной подготовки журналистов, входят изучение опыта реализации и развития образовательных программ по подготовке журналистов, выявление и тиражирование «лучших практик», разработка соответствующих аналитических, методических, инфор-

⁷ Решение Совета министров иностранных дел СНГ от 14.04.2023 г. «Решение о базовой организации государств — участников Содружества Независимых Государств по подготовке и переподготовке журналистских кадров». URL: <https://e-cis.info/page/3884/108450/?ysclid=m3kfmkaxdn59158676>.

мационно-аналитических материалов, развитие межгосударственного сотрудничества и обмен опытом преподавательской деятельности, укрепление информационного сотрудничества, а также формирование информационной базы данных по вопросам исследования национальных систем медиаобразования и медиасистем государств-членов СНГ.

Как базовая образовательная организация СНГ в сфере подготовки журналистов РУДН осуществляет разнонаправленную деятельность. Так, в рамках программ академической мобильности преподавателей и студентов, реализации совместных мероприятий научного и практического характера в 2023 г. на базе университета было проведено 37 научных и образовательных мероприятий с привлечением 217 представителей вузов из восьми государств Содружества. На регулярной основе проводится международный научный семинар российско-национальных (славянских) университетов⁸, в котором регулярно принимают участие сотни студентов и представителей профессорско-преподавательского состава вузов стран СНГ. Университет осуществляет научно-методическую поддержку кафедр русского языка и литературы указанных вузов, реализует совместные исследовательские проекты. В 2024 г. в перечень базовых организаций по подготовке, профессиональной переподготовке и повышению квалификации кадров в медиаиндустрии и сфере массовых коммуникаций была включена отечественная Академия медиаиндустрии, подготовка кадров в которой осуществляется по различным медиапрофессиям с учетом особенностей и тенденций развития информационных процессов на пространстве СНГ. На базе вуза обучающиеся из разных стран могут не только освоить новую профессию или повысить свою квалификацию в уже выбранной сфере, но и участвовать в научно-исследовательских проектах под наставничеством опытных практикующих журналистов и квалифицированного профессорско-преподавательского состава.

Следует отметить, что базовыми образовательными организациями по подготовке журналистов накоплен определенный положительный опыт реализации программ дополнительного профессионального образования в медиасфере, который может быть использован при разработке стандартизированных, унифицированных подходов к медиаобразованию в образовательном пространстве стран СНГ. В частности, перспективными подходами к достижению данной цели являются:

- развитие методики формирования межкультурной компетенции у обучающихся медиапрофессиям и журналистике, закрепление её значимости в национальных стандартах профессионального журналистского образования, в том числе в части освоения правовых основ медиарегулирования в государствах СНГ;
- работа над принятием и внедрением единого этического стандарта журналистской деятельности на высшем уровне управления СНГ,

⁸ На постсоветском пространстве в настоящее время действуют пять славянских университетов: Российско-Армянский, Бакинский, Киргизско-Российский, Российско-Таджикский и Российско-Белорусский.

- закрепление дисциплин этического содержания в образовательных программах подготовки кадров для медиаиндустрии;
- разработка и реализация в базовых образовательных организациях, Сетевом университете СНГ и межгосударственных (совместных) университетах специализированных программ дополнительного профессионального образования с учетом специфики национальных медиа стран СНГ, а также развитие дистанционного образования;
 - разработка, принятие и реализация единого для государств СНГ типового образовательного стандарта подготовки журналиста.

Некоторые из указанных подходов реализуются в образовательном пространстве СНГ уже сегодня. Так, по справедливому замечанию А. А. Муравьевой и коллег, наибольшие практические результаты достигнуты в рамках концепции «внутренней интернационализации»⁹, которая предусматривает включение в перечень образовательных результатов так называемой «межкультурной компетенции» студентов и педагогов. Перспективными формами такой «интернационализации» являются организация обучения иностранных студентов — граждан стран СНГ, мероприятий по обмену опытом, проведение мастер-классов, научно-практических конференций, совместных академических проектов и программ ведущих вузов стран СНГ¹⁰.

Особое внимание уделяется формированию ценностной системы журналиста и освоению журналистской этики в рамках учебных дисциплин «Профессиональная этика журналиста», «Деонтология и аксиология журналистики» и других, реализуемых в образовательных программах ведущих вузов стран Содружества. В этой связи разработка единого этического стандарта профессиональной деятельности журналиста, включающего в себя такие аспекты, как соблюдение законодательства, фактчекинг, допустимые способы получения и проверки информации, конфиденциальность и прочие аспекты, и его последующее включение в образовательные программы и программы освоения учебных дисциплин представляется перспективным направлением работы профессионального журналистского и педагогического сообщества СНГ.

Создание совместных университетов также может способствовать активизации поиска унифицированных форм и методов подготовки журналистов. В настоящее время к таким организациям можно отнести Сетевой университет СНГ и Белорусско-Российский университет.

Сетевой университет СНГ функционирует на основе равноправного сотрудничества вузов разных стран СНГ. Его цель — подготовка высококвалифицированных специалистов в разных областях (в том числе и в медиа), которые знают нормативные основы журналистики и специфику

⁹ *Муравьева А. А.* Интернационализация образовательных программ как ядро внутренней интернационализации образования / А. А. Муравьева, О. Н. Олейникова, А. О. Викторова // Вестник ВГУ. Серия: Проблемы высшего образования. 2017. № 3. С. 128.

¹⁰ *Титаренко Л. Г.* Интеграционные образовательные процессы в евразийском измерении // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. 2022. № 3. С. 1087–1089.

национальных информационных систем нескольких государств Содружества. Проживание и обучение в интернациональной среде, возможность участия в программах академической мобильности способствуют формированию у журналистов толерантности, знаний о национальных традициях и культуре¹¹.

Подготовка магистров по направлению «Журналистика» со специализацией входит в перечень 35 направлений магистратуры Сетевого университета СНГ. Российский университет дружбы народов выполняет здесь координирующие функции и реализует совместно с вузом-партнером Кыргызским национальным университетом имени Ж. Баласагына образовательную программу двойных дипломов «Цифровые медиакоммуникации». Сегодня вуз кроме стандартной программы подготовки журналистов-бакалавров предлагает магистерские программы «Журналистика больших данных», «Глобальные и цифровые медиа», «Современная международная журналистика» как для российских, так и для иностранных абитуриентов, в том числе абитуриентов из стран СНГ.

В марте 2024 г. в Белорусско-Российском университете, ориентированном на техническое и экономическое образование, открылся медиациентр «BRUMedia». Здесь под руководством опытных наставников обучающиеся могут освоить различные медиапрофессии, попробовать себя в работе над конкретными медиапроектами. На базе центра проводят различные образовательные мероприятия не только авторитетные российские и белорусские педагоги, но и высококвалифицированные представители медиапрофессий из стран-партнеров.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что базовые образовательные организации являются ядром межнациональной системы подготовки журналистских кадров на пространстве СНГ. Основной педагогический опыт здесь накоплен в области разработки и реализации программ дополнительного профессионального образования, которые ориентированы на развитие компетенций журналистов в области международной журналистики, цифровых коммуникаций и узкоспециализированных направлений.

Перспективным форматом подготовки кадров для медиаиндустрии в странах СНГ может стать развитие на основе базовых организаций совместных дистанционных образовательных учреждений и реализация программ дополнительного профессионального образования как для студентов, так и для преподавательского состава. На основе подобных организаций по мере их развития можно создавать информационно-аналитические, научно-методические центры или межгосударственные университеты, которые сформируют институциональную основу перехода к унифицированной подготовке журналистов на пространстве СНГ.

¹¹ Краснова Г. А., Сюлькова Н. В. Опыт базовой организации в области информационного обеспечения сетевого университета СНГ // Высшее образование в России. 2012. № 1. С. 111–118.

ЛИТЕРАТУРА

1. В СНГ поддержат разработку программы для студентов-журналистов. URL: <https://tass.ru/obschestvo/19171285>.
2. Информация о работе базовых организаций государств – участников СНГ в 2023 г. URL: <https://e-cis.info/cooperation/3049/108477/>.
3. Концепция формирования информационного пространства Содружества Независимых Государств // Российская газета. 1996. 7 декабря. № 235.
4. *Краснова Г. А., Сюлькова Н. В.* Опыт базовой организации в области информационного обеспечения сетевого университета СНГ // Высшее образование в России. 2012. № 1. С. 111–118.
5. *Муравьева А. А.* Интернационализация образовательных программ как ядро внутренней интернационализации образования / А. А. Муравьева, О. Н. Олейникова, А. О. Викторова // Вестник ВГУ. Серия: Проблемы высшего образования. 2017. № 3. С. 128.
6. Решение Совета глав государств СНГ от 18.12.2020 г. «О Концепции дальнейшего развития СНГ и Плана основных мероприятий по ее реализации». URL: <https://cis.minsk.by/reestr2/doc/6363#text>.
7. Решение Совета министров иностранных дел СНГ от 14.04.2023 г. «Решение о базовой организации государств – участников Содружества Независимых Государств по подготовке и переподготовке журналистских кадров». URL: <https://e-cis.info/page/3884/108450/?ysclid=m3kfmkaxdn59158676>.
8. *Титаренко Л. Г.* Интеграционные образовательные процессы в евразийском измерении // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. 2022. № 3. С. 1087–1089.
9. *Федоров А. В.* Массовое медиаобразование в странах СНГ / А. В. Федоров, А. А. Левицкая, И. В. Чельшева и др. М. : ОД «Информация для всех», 2020.
10. Численность студентов – граждан стран СНГ, обучающихся по программам специалитета, бакалавриата и магистратуры (на начало учебного года). URL: https://docviewer.yandex.ru/?tm=1733593356&tld=ru&lang=ru&name=04-04_4k-2023.docx&text=Численность+студентов+-+граждан+стран+СНГ%2С+обучающихся+по+программам+специалитета%2С+бакалавриата+и+магистратуры&url=https%3A//rosstat.gov.ru/storage/2023/09-29/nATB7Ist/04-04_4k-2023.docx&lr=10&mime=docx&l10n=ru&sign=3ad061bedbf0efcb19d6985c315664d6&keyno=0.

Поступила в редакцию 08 января 2025 г.

Д. А. МИРИМАНОВ,
кандидат филологических наук,
доцент Высшей школы (факультета) телевидения
МГУ имени М. В. Ломоносова;
Россия, г. Москва.
e-mail: mirimanov@gmail.com

ВЫЗОВЫ МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТИ В МЕДИАОБРАЗОВАНИИ: ПОДГОТОВКА ЖУРНАЛИСТОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

***Аннотация.** Данная статья представляет опыт исследования медиаобразования в ключевых российских вузах, на факультете журналистики и в Высшей школе (факультете) телевидения МГУ имени М. В. Ломоносова, на факультете социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, а также исследования в части компетенции и востребованности журналистского корпуса в различных медиа. Пожалуй, впервые в научном мире уделено внимание техническим возможностям данных факультетов и структурирована методическая практическая составляющая. Несмотря на многообразие дефиниций термина медиаобразование, существенных отличий в них не просматривается. Относительно новый термин предполагает изучение воздействия средств массовой и другой коммуникации в рамках подготовки работников этих направлений. За последние несколько лет в российском медиаобразовании наблюдается существенный прорыв, в первую очередь в техническом оснащении образовательных лабораторий и центров. Еще один аспект исследования посвящен международному сотрудничеству в сфере предоставления квот иностранным студентам в российских вузах. В анализе использовались общенаучные методы: сравнение, сопоставление, индукция, синтез.*

Ключевые слова: медиаобразование, журналисты, СМИ, новые медиа.

D. A. MIRIMANOV,
Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Higher School (Faculty) of Television
of M. V. Lomonosov Moscow State University;
Moscow, Russia.
e-mail: mirimanov@gmail.com

CHALLENGES OF MULTIMODALITY IN MEDIA EDUCATION: TRAINING FOR JOURNALISTS AND MEDIA COMMUNICATION SPECIALISTS

***Abstract.** This article presents the experience of researching media education at key Russian universities, the Lomonosov Moscow State University's Faculty of Journalism and Higher School of Television, the Faculty of Social Sciences and*

Mass Communications of the Financial University under the Government of the Russian Federation, as well as research into the competence and demand for media education in various media. Perhaps for the first time in the academic world, attention has been paid to the technical capabilities of these faculties and the methodological practical component has been structured. Despite the variety of definitions of the term media education, there are no significant differences. The relatively new term implies the study of the impact of mass media and other communications within the framework of the training of workers in these areas. Over the past few years, a significant breakthrough has been observed in Russian media education, primarily in terms of technical equipment of educational laboratories and centers. Another aspect of the study is devoted to international cooperation in terms of quotas for foreign students in Russian universities. The analysis used general scientific methods: comparison, contrast and synthesis.

Keywords: *media education, journalists, mass media, new media.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

2024 год в области российского высшего образования и возможности предоставления повышения квалификации специалистам различных направлений, станет, пожалуй, ключевым. В Министерстве науки и Высшего образования РФ активно обсуждают возможность объединения в университетах факультетов журналистики и филологии. С 2026 г. в России планируется сформировать новую систему журналистского образования. Такое мнение высказал заместитель министра Дмитрий Афанасьев во время выступления на заседании комитета Госдумы по информационной политике¹. Данное заявление основывается на формировании принципиально новой системы журналистского образования, согласно которой перед сферой образования стоит задача укрупнения направлений подготовки и специальностей, сокращения количества групп.

По данным заместителя министра, сегодня в стране более 30 тысяч студентов обучаются по направлению «Журналистика» и более семи тысяч из них учатся на бюджете. Но не будем забывать, что практически в каждом вузе есть смежные программы, например по медиакоммуникации, массовым коммуникациям, медиатехнологиям, медиабизнесу. Например, только по массовой коммуникации предоставляют программы 116 учебных заведений. И все они выпускают бакалавров и магистров. Сегодня подготовка специалистов по направлению «медиаобразование» имеет самые широкие образовательные рамки. Учащимся предлагается освоить навыки написания текста для новостного сообщения в традиционных и новых медиа, написания лонгридов, съемки и монтажа аудиовизуального материала, а также поиск и верификацию информации. И получить специальность: продюсер мультимедийных проектов, контент-менеджер, копирайтер, SMM-специалист, специалист по визуальной коммуникации и т.д. Несомненно, данные навыки имеют устойчивые схожие черты с образованием по направлению «журналистика».

¹ URL: <https://ria.ru/20241114/minobrнауки-1983738046.html> (дата обращения: 19.11.2024г.).

Медиакоммуникация позволяет объединить массовую и межличностную коммуникации. Данный тип коммуникации осуществляется в рамках медиадискурса посредством медиатекстов, в совокупность которых входят тексты, опубликованные в газетах, журналах, интернете, а также звучащие на радио и транслируемые по телевидению. Тексты массовой информации, или медиатексты, являются сегодня одной из самых распространенных форм кодирования языка и представляют собой явление массовой культуры². Декан факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова Е. Л. Вартанова рассматривает медиакоммуникации университетов как часть возложенной на них особой образовательной и просветительской миссии. «Сегодня университеты по-прежнему определяют ключевые направления глобального развития. Образование как воспроизводство завтрашних поколений, наука как источник будущих достижений, студенческое братство как основа социального согласия, профессура как хранитель знания»³. Дискуссии, в том числе и в зарубежной научной среде, не сходятся в одном. Рассматривая функциональные особенности спортивной медиакоммуникации, Е. А. Войтик определяет их как симбиоз функций, действующих в журналистике и спорте. При этом каждый из социальных институтов привносит в эту коммуникацию как «свои», так и «объединяющие» группы функций⁴. Исследованием медиаобразования в разные годы занимались М. Маклюэн⁵, И. М. Дзялошинский, Г. Г. Почепцов, А. М. Кузьмин и др. Кузьмин считает, «что медиа — это не просто система СМИ и массовых коммуникаций. Это сложная категория, включающая в себя различные объекты и субъекты — систему культурно-информационных взаимоотношений, которая в информационном обществе становится главной опорой любого государства»⁶.

В рамках данного исследования и масштабирования проблемного поля считаем целесообразным сконцентрировать понятийный аппарат в едином ключе. При разнообразии терминов и направлений образовательных методик выпускник соответствующих учебных заведений получает симметричные знания. Традиционное определение журналиста и журналистики дает профессор Е. П. Прохоров. Он определяет журналиста как «штатных и внештатных работников редакций (от корреспондента и работника отдела писем до руководителя корреспондентской сети и главного редактора), которые по редакционному уставу определяют направление и характер изданий или программ, ведут авторскую, редакторскую, организационную работу по сбору, обработке, компоновке массовой информации в номера газет и журналов, программы радио и телевидения, выпуски агентской информации и т.д.»⁷. В. Л. Цвик определяет журналистику как вид творче-

² *Таупова О. И.* Медиакоммуникация с позиции социальной коммуникации // Вестник Башкирского университета. 2017. Т. 22, № 2. С. 467–471.

³ *Вартанова Е. Л.* О современных медиа и журналистике. М.: МедиаМир, 2015. С. 83.

⁴ *Войтик Е. А.* Спортивная медиакоммуникация: проблематика структуризации // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 109–112.

⁵ *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2007.

⁶ *Кузьмин А. М.* Категория «медиасреда» и ее содержание на современном этапе развития общества // Медиаскоп. 2011. № 1. URL: <http://mediascope.ru/node/765> (дата обращения: 30.01.2017).

⁷ *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М., 2003. С. 13.

ской деятельности человека, где основой профессии является постижение жизни, объективное освещение любых сторон реальной действительности, осмысление многообразия человеческого бытия. А журналиста как специалиста, черпающего информацию из реальной действительности, которая в той же мере доступна и его руководству (издателю), и аудитории (потребителю информации)⁸. Немецкие исследователи С. Вейшенберг, М. Малик и А. Шолл в своем исследовании, посвященном журналистам и журналистике Германии в 2006 г., определяют журналистов как «всех людей, основная деятельность которых — в штате или во внештатном сотрудничестве — участвовать в производстве журналистских материалов»⁹. Проблемам конвергенции и актуальности журналистики уделяют внимание многие исследователи, в частности доктор филологических наук Л. Г. Свитич в своей статье еще за 2013 г. «Миссия журналистики: поле понятий и терминов» справедливо утверждает, что при обсуждении понятий и терминов, связанных с журналистикой, мы вступаем на очень топкую почву терминологической и смысловой разногласицы, которая обострилась в последнее десятилетие¹⁰. И важным фактором является прорывная технологическая революция и переход к информационному обществу.

Медиакоммуникацию, являющуюся массовой коммуникацией, можно трактовать как процесс распространения знаний, духовных ценностей, правовых и моральных норм с помощью таких технических средств, как печать, радио, телевидение, кинематограф, интернет¹¹.

В российских официальных источниках термин «медиаобразование» был введен на симпозиуме по вопросам образования, проходившем в Рязани в 1986 г. А. В. Шариковым¹². На западе этот термин встречается с 1960-х годов. Во многих англоязычных странах «медиаобразование» приравнивают к термину «медиаграмотность». Тем не менее, Л. Мастерман, А. В. Федоров, А. В. Шариков и другие ученые рассматривают медиаграмотность как часть медиаобразования.

Наряду с этими понятиями в научном поле присутствуют термины «медиакультура», «медиапедагогика», «медиакомпетентность»¹³. Несомненно, они имеют взаимную связь и требуют дополнительного исследования. «Российская педагогическая энциклопедия» за 1993 г. трактует медиаобразование как «направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т. д.)». Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осоз-

⁸ Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

⁹ Weischenberg S., Malik M., Scholl A. Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK, 2006. S. 227.

¹⁰ Свитич Л. Г. Миссия журналистики: поле понятий и терминов // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 16–36.

¹¹ Perrin D. Medienlinguistik. 3., aktualisierte Aufl. Konstanz; München: UVK Verlagsgesellschaft, 2015.

¹² Шариков А. В. Так что же такое медиаобразование? // Медиаобразование. 2005. № 2. С. 78.

¹³ Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. С. 35.

навать последствия ее воздействия на психику¹⁴. Профессор А. В. Федоров рассматривает медиаобразование 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»¹⁵. Один из основателей Ассоциации деятелей кинообразования и медиапедагогике России Ю. Н. Усов определяет медиаобразование как «систему использования средств массовой коммуникации и информации (печати, радио, кино, телевидения, видео, компьютерной техники, фотографии) в развитии индивидуальности школьника»¹⁶. Ещё одно определение медиаобразования предлагает профессор В. А. Возчиков. Он рассматривает медиаобразование как «педагогическое движение, выступающее за изучение и практическое освоение... явлений массовой коммуникации»¹⁷.

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ. РОССИЙСКИЙ МОДУЛЬ

Медиаобразование как направление появилось в российском высшем образовании в 2002 г., через год на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова был разработан модуль медиаобразования, который представляет собой базовую программу с учетом региональных особенностей. Его авторы Я. Н. Засурский и Е. Л. Вартанова утверждают, что при формировании основ российского медиаобразования необходимо разделить его на взаимосвязанные, но отличающиеся друг от друга модели. Поэтому российский модуль медиаобразования должен сочетать в себе две основные характеристики — гибкость и универсальность¹⁸.

Британский профессор Л. Мастерман говорит о том, что «Центральная и объединяющая концепция медиаобразования — репрезентация. Медиа не отражает реальность, а репрезентирует (представляет) ее. Медиаобразование в первую очередь исследовательский процесс»¹⁹. Теоретик и медиапедагог Дж. Гербнер, понимает медиаобразование как «формирование широкой новой коалиции организаций и индивидуумов для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания СМК как нового подхода к либеральному образованию на каждом уровне»²⁰.

¹⁴ Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия. Т. 1 / гл. ред. В. В. Давыдов. М. : Большая российская энциклопедия, 1993. С. 555.

¹⁵ Федоров А. В. Указ. соч.

¹⁶ Усов Ю. Н. Основы экранной культуры: цикл программ / Ю. Н. Усов [и др.]. М. : Изд-во Российской академии образования, 1998.

¹⁷ Возчиков В. А. Медиаобразование в педагогическом вузе: методические рекомендации. Бийск: НИЦ БиГПИ, 2000.

¹⁸ Вартанова Е. Л., Засурский Я. Н. Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели // Информационное общество. 2003. № 3. С. 5–10.

¹⁹ Федоров А. В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Кучма, 2003.

²⁰ Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010.

Сегодня мы наблюдаем тотальную конвергенцию телевидения, прессы, кинематографа, интернета и социальных сетей. Каждое из направлений представляет собой уникальную область для образования, повышения квалификации и переподготовки. Стремительно меняющаяся реальность требует и оперативных решений в области образования. Это — методические материалы, учебники, учебные пособия, а главное, присутствие в образовательных учреждениях так называемых практиков. Только через практиков, практические занятия, мастер-классы сегодняшние студенты соприкасаются со своей профессией, вовлекаются в большую журналистику.

Студенты факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова в рамках образовательного курса уже многие годы создают студенческий телеканал «Моховая, 9»²¹. Это и тематические регулярные рубрики, и информационные выпуски, и специальные проекты, к которым можно отнести, в частности, серию специальных репортажей о фестивале «НАУКА 0+». Телеканал входит в Объединенную редакцию студенческих СМИ, который призван развивать практические навыки у студентов. Деятельность редакции преимущественно направлена на воплощение теоретических знаний на практике, а также развитие ориентированности в медиaprостранстве, умение работать в команде. В объединенную редакцию студенческих СМИ входят радио «Моховая, 9», которое производит аудиоконтент в образовательных, просветительских и учебных целях в соответствии со стандартами качественной журналистики, интернет-издание «Журналист Online», информационный портал «Лаборатория научной журналистики», посвященный популяризации науки. Цель проекта — создание виртуальной площадки по распространению научных знаний, способствующей формированию пула журналистов и экспертов.

Газета «Журналист» — проект, благодаря которому студенты получают первые практические навыки в журналистской деятельности. Студенты проходят все этапы создания настоящего издания — от планирования и сбора информации до создания макета газеты и её верстки.

Журнал MessAge и приложения — англоязычные учебные журналы, которые выпускаются студентами факультета журналистики в рамках профессионально-ориентированной программы по английскому языку Basic Journalistic Writing. Технологический процесс обеспечивает Учебный мультимедийный центр, сформированный в 2011 г. путем объединения учебного теле- и радиocентра. В основу функционирования УММЦ положен актуальный принцип конвергентности информационно-коммуникационных каналов и платформ, что подразумевает использование в учебном процессе новейшего цифрового оборудования и цифровых носителей информации. Структурно УММЦ включает три основных блока — телевизионный, радио и издательский, базовой единицей блока является универсальный класс (newsroom).

Еще один факультет МГУ имени М. В. Ломоносова готовит специалистов в области медиа. Это — Высшая школа (факультет) телевидения (ВШТ) МГУ

²¹ URL: <https://www.journ.msu.ru/smi/news/telekanal-mokhovaya-9-itogovy-vypusk/>.

имени М. В. Ломоносова, в рамках образовательного процесса еженедельно представляющая для студентов мастер-классы телевизионных практиков – телеведущих, шеф-редакторов, руководителей программ и компаний и т. д.²² На факультете журналистики регулярно проходят практические семинары, дни практики, в которых участвуют действующие журналисты, а мастерские ведут практикующие работники телевидения. Для студентов ВШТ МГУ предусмотрена практика на ведущих российских телеканалах. Освоение всех этапов телевизионного производства во время учебной практики и активное привлечение студентов к работе на телевидении во время производственных практик позволяет обеспечить высокое качество и конкурентоспособность получаемого в ВШТ МГУ образования для успешного трудоустройства выпускников. Техническая база факультета включает учебный студийный комплекс с телевизионной монтажной, мультимедийным компьютерным центром, научной библиотекой и видеотекой, а также передвижной телевизионной станцией, позволяющей проводить внестудийные прямые включения.

В списке непрофильных российских университетов, специализирующихся на медиаобразовании, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. Здесь на базе кафедры массовых коммуникаций и новых медиа факультета социальных наук и массовых коммуникаций несколько лет функционирует Лаборатория новых медиа²³. Это своего рода творческая площадка, позволяющая студентам получать практические знания с первого курса. Лаборатория представляет из себя студенческое PR-агентство, занимающееся созданием и ведением профильных каналов в соцсетях. Всего студенты работают на 11 площадках. В социальных сетях работа ведётся на четырех каналах, включающих сообщество для выпускников, для поиска работы и другие. Студенты учатся создавать вертикальные видео, то есть видео для социальных сетей и молодежной аудитории. Видео-контент различных направлений: от образовательного до развлекательного. Также лаборатория предлагает навыки по организации и ведению студенческих мероприятий по типу хакатонов, на которых команды различных вузов России соревнуются между собой, выполняя реальное задание. Ежегодно в лаборатории проходят обучение около 100 студентов, а итоги работы засчитываются в качестве практических работ.

Данная детализация образовательного потенциала ведущих вузов страны по медиаподготовке была необходима для формулирования проблем, которые по-прежнему нуждаются в проработке. Несмотря на качественную технологическую базу, обширную базу практикующих специалистов, отрасль все еще нуждается в профессиональных кадрах. Согласно исследованию издательского дома «Коммерсант» и портала «HeadHunter», в первом полугодии 2023 г. в сфере производства и распространения телепрограмм и кино (это онлайн-кинотеатры и кабельное ТВ), дефицит вакансий составил 24 %. Спрос на производственных специалистов составил 77 %. Отрица-

²² URL: <https://ftv.msu.ru/about/gallery/index.php?section=1059/> (дата обращения: 19.11.2024г.).

²³ URL: <https://105.fa.ru/org/chair/dmkm/Pages/1nm.aspx>.

тельная динамика усугубилась пандемией COVID-19, когда и телеканалы, и онлайн-платформы стали массово нуждаться в новой продукции. В 2023 г. сохранялся дефицит технических специалистов, уточняют авторы профильного Telegram-канала VODоворOTT. Речь идет о механиках, фокус-пуллерах (ассистент операторов по фокусу), операторах специального стабилизационного оборудования. В Иви дефицит кадров связывают с высокой конкуренцией: «Платформы и продакшны запускают проекты с такой частотой, которая порождает острую нехватку как креативных, так и технических кадров»²⁴.

ОТРАСЛИ ТРЕБУЮТСЯ СПЕЦИАЛИСТЫ ВЫСОКОЙ КВАЛИФИКАЦИИ

Данная тенденция не носит единичный или узкосегментированный характер. В рамках коллегии по итогам деятельности СМИ Татарстана за 2024 г. генеральный директор телерадиокомпании «Татарстан — Новый век» и председатель Союза журналистов Республики Татарстан Ильшат Аминов заявил, что практика, формирование доверительного и надежного контента требует огромных человеческих и материальных ресурсов, коих у нас категорически не хватает²⁵. Смежная журналистике креативная индустрия также фиксирует нехватку кадров. В исследовании издательского дома Forbes от 14 августа 2023 г. говорится, что в основном компаниям приходится нанимать молодых неопытных соискателей и самостоятельно обучать их. Согласно материалам статьи, генеральный директор видеопродакшна «Yes, today! Film» Артем Жданов утверждает, что не может найти опытного линейного продюсера с декабря 2022-го. За прошедшие месяцы на вакансию откликнулось более 800 человек, но только восемь-десять соискателей команда пригласила на собеседование: «Когда мы начинаем изучать резюме и знакомиться с кандидатами ближе, мы понимаем, что людей, которые разбираются в своей работе, делают ее качественно, сейчас, к сожалению, очень мало»²⁶.

Мы не делаем выводов о тотальном некачественном образовании и повсеместной нехватке качественных кадров. Это был бы несправедливый и голословный вывод. Но обозначить увеличение возможности медиаобразования в различных, даже не профильных вузах относительно востребованности кадров и их качества следует.

Если рассматривать практикующих журналистов в качестве преподавательского состава, то мы сталкиваемся со следующими сложностями: не каждый практикующий журналист располагает временем для регулярных занятий, выработка подходов и методов взаимодействия с учащимися требует опыта, причем и научного. Высшее учебное заведение — это и научный центр, где необходимы навыки руководства курсовыми, выпускными

²⁴ URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6136245>.

²⁵ URL: <https://realnoevremya.ru/articles/327372-snizhenie-doveriya-deficit-kadrov-iskusstvenny-intellekt>.

²⁶ URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/494468-pticy-svobodnogo-poleta-pocemu-v-rossii-rastet-deficit-kreativnyh-kadrov>.

квалификационными и научно-исследовательскими работами. И в идеале преподаватель должен иметь ученую степень и звание. Совокупность этих условий ставит перед вузами сложную задачу — обеспечить образовательный процесс актуальными, современными, профессиональными знаниями и методиками. Например, сегодня медиа активно экспериментируют и используют ИИ, нейросети, и это направление интересно студентам. Но где вузам взять такое количество специалистов по ИИ? Пока недостаточно и учебной литературы по этой тематике.

Немаловажную роль в подготовке учащихся играют и учебные студенческие практики. Сегодня на каждом факультете есть отделы, которые распределяют студентов на зимнюю и летнюю практики. Статистика из личного многолетнего опыта показывает, что большинство учащихся предпочитают развлекательные телеканалы и программы. В московских вузах студенты предпочитают практику на телеканалах «Пятница», СТС, ТНТ или же Первый и Россия 1, когда речь идет об информационных программах. В отношении подготовки кадров и повышения квалификации работников на рынке выделяется телевизионная сеть RT (ранее Russia Today). Она предлагает два направления в медиаобразовании: Школа RT — предлагает более 100 уникальных видеоуроков по телевизионной журналистике, научно-популярной журналистике и курсов для пресс-служб и Академия RT — предлагает повышение квалификации для действующих иностранных журналистов, причем не только из России. За последнее время в обучении приняли участие более 2000 человек из 50 стран мира. Основной преподавательский состав это — сотрудники телеканала, ведущие, журналисты, топ-менеджеры.

Понимая под медиакоммуникацией широкую область, связанную с производством контента, его распространением, медиапланированием, мы сталкиваемся с дифференциацией. С одной стороны, это классическая журналистика, которая готовит специалистов для «большой журналистики», а с другой стороны, она же готовит специалистов в области пиара, коммуникации, маркетинга, создания контента для социальных сетей и блогов. Но основной академический преподавательский состав и в первом, и во втором случае, один. А вот практическая составляющая образования может в значительной степени различаться.

ИНОСТРАННЫЕ СТУДЕНТЫ — БЛАГО ИЛИ ВЫЗОВ ДЛЯ ВУЗА?

Еще одна актуальная проблема последнего периода — это кратное увеличение студентов из других стран, в основном из Китая. Не каждый вуз или факультет имеет возможность вести раздельное обучение иностранных и российских студентов. В Министерстве науки и высшего образования России прошло заседание Межведомственной рабочей группы по координации международного сотрудничества в сфере образования, в рамках которого обсуждалась квота для иностранных граждан, желающих учиться в российских вузах. Одна из национальных целей, утвержденных Президентом Российской Федерации, — увеличение к 2030 г. численности иностран-

ных студентов до 500 тыс. Для достижения поставленной Президентом цели необходимо не только удержать позиции на образовательных рынках стран, где российское образование уже пользуется спросом, но и продолжать расширение сотрудничества в области образования со странами Африки, Азии, Латинской Америки», — отметил заместитель министра Константин Могилевский. Было принято решение о создании межведомственной рабочей группы по разработке грантового механизма поддержки иностранных граждан, обучающихся в российских вузах²⁷. В частности, в России сегодня учатся более 130 студентов из Северной Кореи. Исходя из ежегодных запросов Министерства образования КНДР, растет квота Правительства РФ для граждан Республики. Ожидается, что от корейской стороны поступит свыше 100 заявок на обучение студентов в российских вузах²⁸. Основная трудность состоит в обучении русскому языку. Нет специальной методической литературы и программ, не хватает соответствующих преподавательских кадров. С одной стороны, увеличение иностранных студентов благотворно влияет на финансовое положение факультета, с другой стороны, это вызов для него.

Подводя итог, следует отметить, что качество медиаобразования совершенствуется, и разные вузы предлагают самостоятельные образовательные программы, в том числе с преподавательским составом практикующих журналистов. Тем не менее, актуальные исследования демонстрируют дефицит кадров на рынке. Данное исследование не позволяет сделать заключительные выводы по проблематике, так как не описывает весь круг нарратива и служит лишь частью проблемного анализа.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вартанова Е. Л.* О современных медиа и журналистике. М. : МедиаМир, 2015.
2. *Вартанова Е. Л., Засурский Я. Н.* Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели // Информационное общество. 2003. № 3. С. 5–10.
3. *Возчиков В. А.* Медиаобразование в педагогическом вузе: методические рекомендации. Бийск : НИЦ БиГПИ, 2000.
4. *Войтик Е. А.* Спортивная медиакоммуникация: проблематика структуризации // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 109–112.
5. *Ибраимова Л. А., Скобелева И. Е.* Электронные образовательные ресурсы как важный элемент обеспечения качественной подготовки будущих специалистов среднего звена // Вестник Нижневартского государственного университета. 2017. № 3. С. 16–20.
6. *Иванова Л. А.* Медиаобразовательное пространство в стратегии инновационного развития высшего профессионального образова-

²⁷ URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/84114/?sphrase_id=8369594.

²⁸ URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/81405/?sphrase_id=8369594.

- ния в современной России: постановка проблемы // Педагогическая теория, эксперимент, практика / под ред. Т. А. Стефановской. Иркутск : Изд-во Иркут. ин-та повыш. квалиф. работ. образования. 2008. С. 218.
7. Кузьмин А. М. Категория «медиасреда» и ее содержание на современном этапе развития общества // Медиаскоп. 2011. № 1. URL: <http://mediascope.ru/node/765> (дата обращения: 30.01.2017).
 8. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека М.: Кучково поле, 2007.
 9. Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия. Т. 1 / гл. ред. В. В. Давыдов. М. : Большая российская энциклопедия, 1993. С. 555.
 10. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2003.
 11. Свитич Л. Г. Миссия журналистики: поле понятий и терминов // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 16–36.
 12. Таюпова О. И. Медиакоммуникация с позиции социальной коммуникации // Вестник Башкирского университета. 2017. Т. 22, № 2. С. 467–471.
 13. Усов Ю. Н. Программа учебного курса «Основы экранной культуры для школьников 9–11 классов общеобразовательной школы». М. : Изд-во Российской академии образования, 1998. С. 29–45.
 14. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010.
 15. Федоров А. В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог : Кучма, 2003.
 16. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: учеб. пособие. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
 17. Шариков А. В. Так что же такое медиаобразование? // Медиаобразование. 2005. № 2. С. 78.
 18. Perrin D. Medienlinguistik. 3., aktualisierte Aufl. Konstanz; München: UVK Verlagsgesellschaft, 2015.
 19. Weischenberg S., Malik M., Scholl A. Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz : UVK, 2006. S. 227.
 20. URL: <https://www.journ.msu.ru/smi/news/telekanal-mokhovaya-9-itogovuu-vypusk/> (дата обращения: 30.01.2025).
 21. URL: <https://ftv.msu.ru/about/gallery/index.php?section=1059/> (дата обращения: 30.01.2025).
 22. URL: <https://ria.ru/20241114/minobrnauki-1983738046.html> (дата обращения: 30.01.2025).
 23. URL: <https://www.journ.msu.ru/smi/news/telekanal-mokhovaya-9-itogovuu-vypusk/> (дата обращения: 30.01.2025).
 24. URL: <https://ftv.msu.ru/about/gallery/index.php?section=1059/> (дата обращения: 30.01.2025).

25. URL: <https://105.fa.ru/org/chair/dmkm/Pages/lnm.aspx> (дата обращения: 30.01.2025).
26. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6136245> (дата обращения: 30.01.2025).
27. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/327372-snizhenie-doveriya-deficit-kadrov-iskusstvennyu-intellekt> (дата обращения: 30.01.2025).
28. URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/494468-pticy-svobodnogo-poleta-rosemu-v-rossii-rastet-deficit-kreativnyh-kadrov> (дата обращения: 30.01.2025).
29. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/84114/?sphrase_id=8369594 (дата обращения: 30.01.2025).
30. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/81405/?sphrase_id=8369594 (дата обращения: 30.01.2025).
31. URL: <https://ria.ru/20241114/minobrnauki-1983738046.html> (дата обращения: 30.01.2025).

Поступила в редакцию 28 февраля 2025 г.

М. Н. САГАНДЫКОВА,
заместитель директора по учебно-методической работе
КГКП «Колледж принтмедиа технологий»;
г. Алматы, Республика Казахстан.
e-mail: smn16@bk.ru

НОВЫЕ ТРЕНДЫ В ПОЛИГРАФИИ — ОПЕРЕЖАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

***Аннотация.** Полиграфия Республики Казахстан непрерывно совершенствуется, постоянно внедряются инновационные техника и технологии. Цифровые технологии управления и печати изменили основы издательско-полиграфического производства. Актуальной задачей в этой связи является оперативное реагирование в области подготовки кадров для новых направлений развития отрасли. В республике ведется актуализация профессиональных стандартов, в том числе для издательско-полиграфического производства.*

В статье раскрывается работа по совершенствованию отраслевой рамки квалификаций и профессиональных стандартов в области издательско-полиграфического производства, развитию связей с отраслевыми партнерами в республике и за рубежом.

***Ключевые слова:** издательско-полиграфическое производство, отраслевой совет по профессиональным квалификациям, отраслевая рамка квалификаций, профессиональный стандарт, профессии, партнеры.*

M. N. SAGANDYKOVA,
Deputy Director for Educational and Methodological Work
College of Printmedia Technologies;
Almaty, Republic of Kazakhstan.
e-mail: smn16@bk.ru

NEW TRENDS IN PRINTING INDUSTRY — ADVANCED TECHNOLOGIES IN THE EDUCATIONAL PROCESS

***Abstract.** The printing industry of the Republic of Kazakhstan is continuously improving, innovative equipment and technologies are constantly being introduced. Digital control and printing technologies have changed the foundations of publishing and printing production. An urgent task in this regard is the prompt response in personnel training to new directions of industry development. The Republic is continuously updating professional standards, for publishing and printing production.*

The article reveals the work on improving the sectoral framework of qualifications and professional standards in the field of publishing and printing, the development of relations with industry partners in the Republic and abroad.

Keywords: *publishing and printing industry, industry council for professional qualifications, industry qualifications framework, professional standard, professions, partners.*

Как известно, в Казахстане 2025 год объявлен Годом рабочих профессий, об этом 2 сентября 2024 г. сообщил в своем Послании¹ Глава государства Касым-Жомарт Токаев народу Казахстана.

«...Объявляю 2025 год Годом рабочих профессий... Год рабочих профессий будет также содействовать продвижению в нашем обществе идеи трудолюбия и профессионализма...» из Послания Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана (02.09.2024).

Колледж принтмедиа технологий готовит кадры рабочих квалификаций по всем специальностям издательско-полиграфического производства. Колледж очень тесно сотрудничает с предприятиями медиаиндустрии Республики Казахстан.

В 2024 г. был создан Отраслевой совет по профессиональным квалификациям в сфере издательского дела и с 13 марта того же года согласно приказу № 99-НК МКИ РК началась актуализация Профессионального стандарта: «Издательско-полиграфическое производство». В состав совета вошли представители издательств и полиграфических предприятий Казахстана, а также представитель колледжа.

В рамках актуализации профстандарт был видоизменен на 25 % с учетом требований действующих предприятий и новых технологий издательско-полиграфического производства.

Например, в карточку профессий «Составитель рекламных текстов» (копирайтер, специалист по рекламе) в Трудовую функцию 1: «Осуществление процессов набора, верстки и дизайна текста», в Навык 2: «Разработка концепции макета издания» были внесены умения «Работать с искусственным интеллектом», а в карточку «Техник по эксплуатации и ремонту оборудования» (механик-наладчик, техник по техническому обслуживанию, техник-механик) в Трудовую функцию 2: «Организация правильной эксплуатации промышленного полиграфического оборудования», в Навык 1: «Анализ условий эксплуатации и причины отказов промышленного полиграфического оборудования» были внесены умения: «Применять искусственный интеллект при эксплуатации оборудования полиграфического производства».

Профессиональный стандарт (далее ПС) «Издательско-полиграфическое производство», разработанный в 2019 г., прошел актуализацию, и были видоизменены профессии согласно Приказу Министра образования и науки Республики Казахстан от 27 сентября 2018 г. № 500 «Об утверждении Классификатора специальностей и квалификаций технического и профессионального, послесреднего образования» и уровни Отраслевой рамки квалификаций (ОРК) согласно профессиональной деятельности каждой карточки профессии.

¹ Послание Президента народу Казахстана 2024: полный текст. URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/poslanie-prezidenta-narodu-kazahstana-2024-polnyiy-tekst-546676/.

В таблице представлены изменения, внесенные в профессиональный стандарт «Издательско-полиграфическое производство».

Перечень карточек профессий 2019 г.		Перечень карточек профессий 2024 г.	
Переплетчик	3-й уровень ОРК	Брошюровщик	2–3-й уровень ОРК
Резчик	3-й уровень ОРК	Оператор брошюровочной машины	3-й уровень ОРК
Корректор	3-й уровень ОРК	Составитель рекламных текстов	3-й уровень ОРК
Специалист издательского дела	3-й уровень ОРК	Оператор электронного набора и верстки	2–3-й уровень ОРК
Наладчик оборудования полиграфической промышленности	3-й уровень ОРК	Наладчик оборудования полиграфической промышленности	2–3-й уровень ОРК
Печатник	3-й уровень ОРК	Оператор печатного оборудования	2–3-й уровень ОРК
Техник по эксплуатации и ремонту оборудования	4-й уровень ОРК	Техник по эксплуатации и ремонту оборудования	4-й уровень ОРК
Техник-технолог	4-й уровень ОРК	Техник-технолог	4-й уровень ОРК

Таким образом, были пересмотрены названия профессий согласно профессиональной деятельности и «Методические рекомендации по определению соответствия Классификатора специальностей и квалификаций технического и профессионального образования». Были добавлены уровни ОРК — 2-й уровень по профессиям «брошюровщик», «оператор электронного набора и верстки», «наладчик оборудования полиграфической промышленности», «оператор печатного оборудования».

Была упразднена карточка профессии «Корректор» и добавлена карточка «Составитель рекламных текстов». Это копирайтеры — люди, которые пишут текст с целью рекламы или других форм маркетинга. Например: слоганы, сценарии для ТВ- и радиороликов, event-мероприятий, рекламные статьи, нативные статьи и пр. Слово «копирайтер» (copywriter) трактуется как «писатель рекламных текстов». Копирайтер — человек, который пишет тексты, помогающие решать маркетинговые задачи.

В профстандарте указаны две секции Общего классификатора видов экономической деятельности по издательскому и полиграфическому направлению.

Ж — Информация и связь (58 Издательская деятельность, 58.1 Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности, 58.11 Издание книг, 58.11.0 Издание книг, 58.14 Издание журналов и периодических публикаций, 58.19 Прочие виды издательской деятельности).

С — Обрабатывающая промышленность (18 Полиграфическая деятельность и воспроизведение записанных носителей информации, 18.1 Поли-

графическая деятельность и предоставление услуг в этой области, 18.11 Печатание газет, 18.12 Прочие виды печатного производства, 18.13 Деятельность по подготовке материалов к печати и распространению, 18.13.0 Деятельность по подготовке материалов к печати и распространению, 18.14 Брошюровочно-переплетная, отделочная деятельность и сопутствующие услуги, 18.14.0 Брошюровочно-переплетная, отделочная деятельность и сопутствующие услуги).

Коды групп и коды наименования занятия были пересмотрены согласно действующему Национальному классификатору занятий Республики Казахстан. В ПС проведена связь с уровнем образования согласно ОРК: 2-й уровень ОРК — основное среднее образование, а 3-й и 4-й уровни ОРК — ТИППО. Трудовые функции, навыки, умения и знания каждой профессии прописаны согласно профессиональной деятельности работника. Пересмотрены Коды групп и Коды согласно НКЗ РК. Проведена связь с системой образования и квалификации.

В июне 2024 г. была утверждена Отраслевая рамка квалификаций Протоколом заседания отраслевого совета по профессиональным квалификациям в сфере издательского дела № 5 от 10 июня 2024 г.²

С 2023 г. согласно Программе развития города Алма-Аты колледжем реализуется проект по Международной стажировке мастеров профессионального образования и преподавателей спецдисциплин с целью повышения качества подготовки кадров: в ноябре 2023 г. 10 мастеров профессионального образования и преподавателей спецдисциплин колледжа прошли международную стажировку в Германии и Чехии по теме «Современные производственные технологии в образовательном процессе. Опыт Германии по направлению “Технология полиграфического и упаковочного производства”».

Тесная связь с работодателями и взаимовыгодное сотрудничество с ними поддерживается участием педагогов колледжа в презентациях полиграфического оборудования, организованных социальными партнерами (30.11.2023), а также участием в международных конференциях, организованных социальными партнерами — ТОО «Technology of imaging» (31.01.2024).

Помимо этого, в колледже второй год читается курс лекций «Введение в специальность» руководителями полиграфических предприятий Алма-Аты: Е. А. Люц «Особенности цифровой печати»; Е. А. Момот «Принципы разработки дизайна полиграфической продукции»; А. И. Кусаинова «Переплетные процессы».

Ежегодно осенью проводятся круглые столы с работодателями, где обсуждаются вопросы по подготовке востребованных специалистов отрасли принтмедиа индустрии.

В 2024 г. был издан «Атлас новых профессий и компетенций города Алматы», где были учтены предложения социальных партнеров.

² URL: <https://career.enbek.kz/ru/pages/ork>.

В апреле 2024 г. администрация колледжа посетила мастер-класс по реставрации печатных изданий на базе мастерской РГП на ПХВ «Гылым ордасы» Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан.

30 октября 2024 г. состоялось подписание трехстороннего меморандума о взаимопонимании и сотрудничестве между КГКП «Колледж принтмедиа технологий», Национальной государственной книжной палатой Республики Казахстан и РГП на ПХВ «Гылым ордасы» Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан. В рамках меморандума выделены основные направления сотрудничества: создание пула экспертов, в том числе союза реставраторов Казахстана для проведения мониторинга проектов и консультирования; совместная организация конгрессов, конференций, форумов, симпозиумов, выставок, круглых столов, тематических дискуссий, совещаний, а также совместное участие и/или взаимное представление интересов на аналогичных мероприятиях; содействие в развитии сотрудничества с международными организациями в области полиграфии, книгораспространения, книгоиздания, реставрации печатных изданий и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Послание Президента народу Казахстана 2024: полный текст. URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/poslanie-prezidenta-narodu-kazahstana-2024-polnyiy-tekst-546676/.
2. Приказ и.о. Министра культуры и информации Республики Казахстан от 5 ноября 2024 г № 522-НК. «Об утверждении профессионального стандарта «Издательско-полиграфическое производство»». URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/G24JC000522/info>.
3. URL: <https://career.enbek.kz/ru/pages/ork>.

Поступила в редакцию 24 декабря 2024 г.

Журнал «Журналист. Социальные коммуникации» зарегистрирован
Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-66931
от 22 августа 2016 года

Учредитель: Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Институт региональной журналистики»
<http://journalist.profruj.ru/>

Главный редактор *Л. А. Речицкий*
Адрес редакции: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д.105, к. 2,
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», офис 1105.
e-mail: lenor.joursoc@gmail.com
Тел. +7 (495) 656 23 11 или + 7 (910) 436 05 92

Дизайн, верстка: *Ю. С. Головки*
Подписано в печать 23.03.2025
Формат 70 x 108/16
10,5 усл. печ. л.
Тираж 500 экз.
Заказ №

Отпечатано с предоставленных готовых файлов
в полиграфическом центре ФГУП Издательство «Известия»
127254, Москва, ул. Добролюбова, д. 6, стр. 1, телефон: (495) 650-38-80, izv-udprf.ru

При использовании материалов ссылка на журнал
«Журналист. Социальные коммуникации» обязательна.

