

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОТРАСЛЕВЫХ СОЦИОЛОГИЙ**TOPICAL ISSUES OF BRANCH SOCIOLOGIES**

DOI 10.26105/SSPU.2023.86.5.018

УДК 316.77:070

ББК 60.524.224.026в682+76.000в682

V.B. ГАВРИЛОВ **КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МАССОВОГО
МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ (НА ОСНОВЕ
ИЗУЧЕНИЯ МНЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
МЕДИАСООБЩЕСТВА УРАЛЬСКОГО
ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА)**

V.V. GAVRILOV **KEY PROBLEMS AND TRENDS
IN THE DEVELOPMENT OF MODERN MASS
MEDIA EDUCATION (BASED ON THE STUDY
OF THE OPINION OF REPRESENTATIVES
OF THE MEDIA COMMUNITY
OF THE URAL FEDERAL DISTRICT)**

В статье, на основе анализа научных работ по выбранному направлению (А. В. Федоров, И. В. Жилавская, Е. А. Бондаренко, Н. Ф. Хилько, И. А. Фатеева и др.), дается краткая характеристика основных взглядов на суть и перспективы развития российского медиаобразования. Автор статьи приходит к выводу о том, что в настоящее время в научной среде отсутствует единство в понимании и трактовке данного аспекта проблемы. В этой связи является актуальным изучение мнения практикующих журналистов и студентов, обучающихся по направлению «Журналистика», относительно тех проблемных вопросов, которые сформировались внутри медиасообщества, и тех направлений, по которым должно развиваться отечественное медиаобразование с учетом обозначенных проблем. Было опрошено (метод анкетирования) около 200 человек, выявлен ряд противоречий в видении журналистами текущей ситуации в медиаполе, а также обозначены основные направления, по которым должно осуществляться формирование целостной медиаличности.

The article, based on the analysis of scientific works in the chosen direction (A.V. Fedorov, I.V. Zhilavskaya, E.A. Bondarenko, N.F. Khilko, I.A. Fateeva, etc.), gives a brief description of the main views on the essence and prospects of the development of Russian media education. The author of the article comes to the conclusion that currently there is no unity in the scientific community in understanding and interpretation of this aspect of the problem. In this regard, it is relevant to study the opinions of practicing journalists and students studying in the field of Journalism regarding those problematic issues that have formed within the media community, and those areas in which domestic media education should develop, taking into account the identified problems. About 200 people were interviewed (questionnaire method), a number of contradictions in the journalists' vision of the current situation in the media field were revealed, and the main directions for the formation of a holistic media personality were identified.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиаобразование, цифровизация СМИ, медиаполе, целостная медиаличность, журналистика, медиасообщество.

KEY WORDS: media education, media digitalization, media field, holistic media personality, journalism, media community.

ВЕДЕНИЕ. Последние два десятилетия принесли кардинальные изменения в сфере журналистики. Многие ученые даже говорят о «цифровом взрыве», отмечая высокую степень цифровизации современной журналистики, ее движение в сторону конвергенции жанров, знаковых систем, средств сбора информации и воздействия на аудиторию. Изменения в медиапространстве, безусловно, бросают вызов отечественной системе медиаобразования, на который ей необходимо реагировать, причем в кратчайшие сроки.

К сожалению, долгое время концепции, модели отечественного медиаобразования разрабатывались педагогами и культурологами как в структуре РАН (Л.М. Баженова, Е.А. Бондаренко, С.И. Гудилина, А.А. Журиной, Л.С. Зазнобина, Л.С. Прессман, К.М. Тихомирова, Ю.Н. Усов, А.В. Шариков, Е.Н. Ястребцева), так и в педагогических вузах (О.А. Баранов, Н.Б. Кириллова, С.Н. Пензин, Г.А. Поличко, А.В. Федоров, Н.Ф. Хилько). При этом журналисты-практики зачастую игнорировали назревшие изменения в системе СМИ и медиаобразования. И лишь в последние годы стали активно высказываться по данному вопросу.

Следует согласиться с выводом А.В. Федорова о том, что «медиаобразование в России все еще не продвинулось от эксперимента к широкому практическому внедрению. Здесь необходима консолидация педагогических вузов, факультетов журналистики, медиапедагогов-экспериментаторов и также медийного сообщества, координация взаимодействия государственных структур, уже существующих медиаобразовательных центров и экспериментальных площадок в данной области» [7, с. 20].

В этой связи, **ЦЕЛЬ** нашего исследования — определение основных проблем и тенденций развития отечественного медиаобразования на основе изучения мнения журналистов-практиков.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. В работе использовались методы анкетирования, теоретико-методологического анализа (изучение степени разработанности проблемы) и метод дискурсивной рефлексии (построение теоретических положений и формулировка практических рекомендаций на основе имеющегося опыта).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ. Каковы же цели и задачи современного медиаобразования? В научной литературе до сих пор по этому вопросу нет единого мнения.

Анализируя школьную систему медиаобразования, Е.А. Бондаренко пишет следующее: «В рамках реформ российского образования разрабатывается методология включения в систему образования внешкольных ресурсов (создание образовательной среды); развитие модели образования, ориентированного на будущее, и создание системы самообразования, способствующего формированию способов учения и развитию компетенций. Сам образовательный процесс в новых стандартах рассматривается, как взаимодействие обучения и самообразования» [1, с. 15]. Автор видит основной целью современного медиаобразования формирование медиакультуры не только обучающихся, но и педагогов, предлагает следующий порядок формирования информационных умений:

- «— умение воспринимать альтернативные точки зрения и высказывать обоснованные аргументы «за» и «против» каждой из них;
- умение устанавливать ассоциативные и практически целесообразные связи между информационными сообщениями;
- умение находить и перерабатывать информацию в разных источниках;
- умение извлекать из предложенной информации данные и представлять их в табличной или иной форме;
- умение переводить информацию визуальную в вербальную и наоборот» [1, с. 15].

Как видим, основной акцент делается на работе с информацией, умении перерабатывать и верифицировать ее.

Учитывая сложившиеся тенденции в медиаобразовании, Н.Ф. Хилько выделяет следующие направления, требующие пристального внимания педагогов, методистов, культурологов и журналистов-практиков:

- «— возрождение и все большее распространение академических форм массового медиаобразования: факультативов, спецкурсов;
 - устранение диспропорции между развитием сети форм массового медиаобразования в европейской части России и в Сибири, где их число невелико;
 - проведение в сибирских городах медиафорумов и фестивалей любительского фото/видеотворчества, спецкурсов и олимпиад для школьников и студентов;
 - увеличение числа организационных форм массового медиаобразования при творческих союзах и их взаимодействие с коммерческой сферой;
 - создание новых интегративных форм (галереи-студии при музеях, мастерские-студии при творческих союзах, школы-студии при учреждениях дополнительного образования в сфере кино и фотографии);
 - создание отделов кино/фотоискусства при Центрах искусств;
 - творческая и научная консолидация различных организаций, обновление организационных форм и все большее взаимодействие с Ассоциацией медиаобразования и кинопедагогики России;
 - возрождение школ руководителей кино/видеолюбительских объединений при Всероссийском университете кинематографии, Санкт-Петербургском университете кино и телевидения, московской фотошколе им. А. Родченко» [9, с. 2015–216].
- Нетрудно заметить, что акцент автор делает на культурной, творческой составляющей массового медиаобразования. Об изменении структуры и содержания медиаобразования, о трансформации ее концепции в новых социокультурных условиях речи не идет.

В свою очередь, И.А. Фатеева понимает медиаобразование как «научно-образовательную область, предметом которой являются средства массовой информации и коммуникации в педагогическом аспекте их многообразных связей с миром, обществом и человеком. В теоретическом отношении эта область лежит на пересечении педагогики и комплексной науки о медиа, а в практическом подразумевает совместную деятельность обучающихся и обучаемых по подготовке населения к жизни в медиатизированном мире, ... все целенаправленные и систематические действия, предназначенные для удовлетворения образовательных потребностей, порождаемых фактом существования массмедиа» [5, с. 11, 13–14].

Совершенно очевидно, что автор основной целью медиаобразования видит подготовку обучающихся к устойчивому, системно организованному взаимодействию с реципиентами, но при этом настаивает не только на обучении производству медиапродукта, но и пользованию информацией в медиасфере. То есть медиаобразование понимается как процесс двустороннего взаимодействия, в рамках которого индивид выступает не только как субъект (создатель и транслятор информации в медиaprостранстве), но и как объект (т.е. грамотный квалифицированный потребитель информации, пользователь, способный противостоять угрозам, существующим в медиapoле). Акцент делается на демократических и гуманистических ценностях.

При этом мы не можем согласиться с мнением И.В. Жилавской, которая считает, что «результативность журналисткой медиаобразовательной модели проявляется в формировании коммуникативной среды на основе взаимовыгодного сотрудничества с аудиторией, формировании позитивного имиджа СМИ, привлечении аудитории, повышение

тиражей, рейтингов, прибыли» [3, с. 107]. Прагматический подход к оценке медиапродукта не нов. Особенно активно коммерциализация СМИ осуществлялась в России в середине 90-х годов прошлого века. Однако повторим, что за последние два десятилетия в российской журналистике произошли существенные трансформации, и ставить основной задачей деятельности журналиста коммерческую выгоду, «повышение рейтингов и тиражей» изданий мы, конечно, не имеем права. Акцент (и здесь следует согласиться с А.В. Федоровым) необходимо сделать на развитие медиакомпетентности и критического мышления у обучающихся, сохранить вектор формирования «общества медиакомпетентных граждан» [6].

Известный эксперт в области медиаобразования А.В. Федоров считает, что развитие современного медиаобразования в России тормозят, во-первых, инертность системы высшего образования, отсутствие конкретных медиаобразовательных курсов (в рамках системы курсов по выбору и «регионального компонента»), а во-вторых, «традиционные подходы структур Министерства образования и науки, концентрирующих свое внимание на поддержке учебных курсов по информатике и информационным образовательным технологиям при куда меньшем внимании к актуальным проблемам медиапедагогики» [7, с. 20]. В самом деле, нельзя ограничивать медиаобразование лишь формированием информационной грамотности — существование индивида в цифровом медийном пространстве определяет его саморазвитие, самоидентификацию.

Современные исследователи (В.В. Тулупов, В.Ф. Олешко, А.В. Федоров, И.А. Фатеева, Т.Ф. Ляпкина и др.) все чаще приходят к выводу, что современное медиаобразование в эпоху цифровизации медиапространства должно прежде всего заниматься формированием массмедийной личности пользователя.

Вне всяких сомнений, цифровое пространство несет в себе как угрозы, так и преимущества для формирующейся личности. По сути, цифровые технологии — это инструмент, который можно использовать как во благо, то есть с целью повышения уровня образования, познания мира и себя, так и с деструктивными целями.

Социологический портрет «цифрового поколения» в настоящее время «образуют такие качества, как «тотальная» креативность, инновационность (подразумевающая разрушение и отказ от традиционных устоявшихся форм в бизнесе и построении деловых отношений — демократичность), информированность, благодаря постоянной включенности в поисковую деятельность, многозадачность (способность решать несколько когнитивных задач одновременно). Исследователи также определяют и проблемные зоны «цифрового поколения» — информационную перегруженность и как следствие — снижение способности формировать и оперировать знаниями (т.е. систематизировать информацию, последовательно ее осваивать, выстраивать логические связи, структурировать материал), интернет-зависимость, контакты со злоумышленниками и доступ к «опасному» контенту (проявления агрессии, домогательства, призывы к насилию, порнография), трансформация (порой разрушительная) понятий личного пространства, защиты личных данных, авторских прав» [8]. Как видим, работа с информацией в медиапространстве неизменно оказывает влияние на формирование личности, ее самоидентификации.

Проанализировав различные аспекты влияния социальных медиа на идентичность человека, Т.Ф. Ляпкина выделяет следующие положительные моменты, связанные с разрешением молодежью экзистенциальных вопросов и поиска себя:

- «— помощь в осознании и принятии бренности своего тела и болезней, а также смерти;
- предоставление возможности заглянуть в жизнь другого человека;
- расширение своего личного опыта» [4, с. 293].

Человек постигает окружающий мир, его нравственные законы, ищет ответы на сложные вопросы.

Итак, учитывая отсутствие в науке единого взгляда на пути развития отечественного медиаобразования, в 2023 году мы решили провести анкетирование, цель которого — определение проблем российского медиаобразования и тех направлений, по которым оно могло бы развиваться в эпоху цифровизации СМИ. Было опрошено 197 человек в возрасте от 18 до 60 лет, так или иначе имеющих отношение к практической журналистике или медиаобразованию (студенты и преподаватели вузов УрФО, журналисты).

Одним из ключевых мы считаем вопрос «Какие проблемы практической журналистской деятельности Вы считаете наиболее актуальными?» Респондентам предлагалось выбрать не более трех вариантов ответов из предлагаемых 14 или указать свой. Ключевым этот вопрос мы считаем потому, что при выборе направления развития отечественного медиаобразования, создания педагогической концепции или модели необходимо исходить из того, с какими проблемами сталкиваются журналисты-практики, работающие в СМИ в настоящее время. В пятерку «лидеров» вошли следующие проблемы: 1) *Большой объем информации* (этот вариант выбрало подавляющее большинство опрошенных — 87%). Об этой проблеме говорят практически все эксперты, исследователи. Цифровизация предоставляет доступ к информации, но зачастую специалист не в состоянии ее качественно переработать (особенно если это касается аналитических жанров), сделать объективные выводы. И тогда на помощь журналисту приходит ИИ, программы, способные анализировать большие объемы данных (мы имеем в виду такие широко распространенные в журналистской среде, использующиеся в конвергентных редакциях программы, как «Медиа-диалогия SM», «Медиадиалогия PR», «СКАН-Интерфакс», «Brand Analytics», Industry Insights, Meltwater, «Интегрум Мониторинг СМИ» и др.). То есть цифровые инструменты отодвигают личность / профессионала на второй план. 2) *Манипуляции общественным сознанием со стороны СМИ* (64% выборов) и 3) *Профессиональная этика журналиста* (53%). Мы полагаем, что отнюдь не случайно вопросы о манипуляции сознанием и профессиональной этике оказались в этом перечне рядом. Очевидно, что перед журналистом, обладающим практически неограниченными возможностями, которые дает цифровизация, неизменно встает вопрос о том, какие действия являются этичными, а какие выходят за рамки журналистской этики. С учетом ангажированности СМИ, а также в условиях информационной войны следует особое внимание уделить данным вопросам в рамках медиаобразования. Только целостная медиаличность, хорошо образованная, имеющая нравственный стержень, способна противостоять указанным угрозам, сохранить себя от выгорания. Также в «пятерку» вошли: 4) *взаимодействие властных структур и представителей СМИ* (44%) и 5) *законодательство по СМИ* (39%). Проблемы эти являются давними, глубоко укоренившимися в отечественной (впрочем, как и в зарубежной) журналистике. Несовершенное, по мнению респондентов, законодательство о СМИ и давление со стороны власти, с одной стороны, ограничивают свободу журналиста, но с другой — очерчивают определенные рамки (культуросообразная норма) и снижают степень вседозволенности, упорядочивают тот информационный хаос, который наблюдался в России в конце 90-х. Такие проблемы, как гласность и доступ к информации; юридическая и экономическая зависимость СМИ; конкуренция со стороны «гражданских журналистов»; цифровизация СМИ; конвергентные процессы в журналистике и ряд других получили меньшее количество «выборов». Это вовсе не означает, что этих проблем в медиапространстве не существует. Напротив, конвергенция знаковых систем и цифровизация развиваются в области журналистики достаточно активно. Другое дело, что, к сожалению, журналистской общественностью они пока не осознаны. И просвещение по данным вопросам также должно стать одной из целей медиаобразования.

Благодаря следующему вопросу «Назовите характеристики, отличительные черты, личностные качества журналиста-профессионала (не менее 5)» мы определяли, по сути, образ

идеального журналиста, то есть для нас — образ выпускника, которого должно готовить современное медиаобразование. Предлагаем перечень таких качеств, проранжированных нами в соответствии с количествами выборов респондентов.

Таблица 1. Ключевые характеристики журналиста-профессионала

№	Характеристика
1	Профессионализм, компетентность
2	Желание узнавать новое
3	Коммуникативность
4	Гражданственность
5	Грамотность
6	Ответственность
7	Оперативность
8	Работоспособность
9	Внимание к деталям
10	Правдивость
11	Креативность

Коммуникативность, грамотность, любознательность, оперативность — качества, которые, безусловно, необходимы любому журналисту (так было всегда). При этом важно, что респонденты на «почетное» четвертое место поставили гражданственность, то есть служение не личным интересам, а государству и его гражданам. В условиях информационных войн, противостояния идеологий в рамках медиаполя, как нам кажется, это чрезвычайно важный аспект при реализации современной концепции медиаобразования.

Для нас стало неожиданностью, что креативность оказалась на последнем месте. Мы предполагали, что именно креативность должна стать той базовой характеристикой журналиста-профессионала, целостной медальности, которая позволит конкурировать с информационными продуктами ИИ и «гражданскими журналистами». Однако респонденты не видят данной угрозы или не придают ей особого значения.

Кроме того, данный ответ в некоторой степени противоречит их ответу на вопрос «По-Вашему, в журналистике больше от творчества или ремесла? Аргументируйте, пожалуйста, свой ответ». Как правило, респонденты сходились на том, что в журналистике «того и другого должно быть поровну», «50 на 50», «одно без другого невозможно». Очевидно, именно «оперативности» и «работоспособности» (7 и 8 места в рейтинге) требует сейчас от журналиста рынок медиауслуг (большой объем поступающей информации, сжатые сроки при подготовке материала, политика редакции, возможно, низкий порог качества материалов и т.д.). И в этой связи приходится констатировать, что пока побеждает в конвергентной редакции «рутина», «ремесло», скорость, а не творческий подход к подготовке медиаматериала.

Далее респондентам предлагалось оценить современное медиаобразование в России по шкале от 1 до 10. Как правило, это была наивысшая оценка. При этом большинство респондентов (95%) утверждали, что вузовское журналистское образование соответствует современным реалиям, запросам российского общества. Полагаем, мы получили такие ответы не в силу того, что в российском медиаобразовании не существует никаких проблем и противоречий, но потому, что, как правило, журналисты-практики не задумываются о них, трудясь в ограниченном пространстве редакции, решая локальные задачи. Не будем забывать, что журналистика УрФО относится к региональной, а это означает, что перед нею, как правило, стоят конкретные задачи освещения проблем округа. Региональные жур-

налисты нечасто выходят на проблемы российского общества (в том числе на тенденции в развитии медиаобразования на государственном уровне), ограничиваясь региональными вопросами¹.

В этой связи интерес для нас представляют ответы на вопрос «Что мешает студенту-журналисту в его профессиональном развитии при обучении в вузе?». Респондентам предлагалось выбрать не менее 5 вариантов из предложенных.

В первую пятерку вошли следующие помехи и затруднения: *неумение распределять усилия, время в рамках образовательного процесса (87%); незнание законодательства РФ (63%); боязнь публичного выступления (59%); нет возможности реализовать творческие способности на учебных занятиях (55%); нет погружения в практику журналистской деятельности (много теории) (52%). Также достаточно большое количество выборов получил такой вариант, как «Не хватает консультаций, учебных занятий с журналистами-практиками, будущими работодателями» (35%).*

Остальные проблемные моменты (отсутствие авторитетов, образцов для подражания; большое количество предметов; непонятен набор предметов (не все имеют отношение к журналистике); недостаточная материально-техническая база в вузе (отсутствие необходимой техники, оборудования, кабинетов и т.д.); отсутствие методических рекомендаций, учебных пособий по дисциплинам; не хватает погружения в научную деятельность (подготовка статей, проведение экспериментов, конференции и т.д.); низкое качество преподавания; недостаточная цифровизация обучения) не были отмечены респондентами как значимые.

Таким образом, опрошенные констатируют разрыв между теорией и практикой в обучении. Знание законодательства, ораторские навыки, погружение в практическую работу и реализация в рамках профессиональной деятельности своего творческого потенциала — вот те аспекты, которые действительно могут содействовать более успешной социализации и профессионализации выпускников. Также отметим, что респонденты не видят проблем, связанных с цифровизацией СМИ, хотя очевидно, что этот процесс становится сейчас доминирующим в медиапространстве. Полагаем, что именно на эти аспекты необходимо прежде всего обратить внимание педагогической общественности, медиапедагогам. В этом случае набор дисциплин, материально-техническое обеспечение и научная деятельность будут являться важными, но сопровождающими / сопутствующими составляющими вузовского медиаобразования.

Чтобы избежать субъективности в сделанных нами выводах, мы решили уточнить у респондентов: «Каким аспектам современной журналистики следует уделить внимание медиапедагогам и преподавателям журфаков?». Ответы на данный вопрос, как нам кажется, способны помочь исследователям при разработке педагогической концепции / модели медиаобразования в России, зададут вектор развития медиаобразования с учетом новейших социокультурных трансформаций. Проранжированные нами варианты ответов представлены в Таблице 2.

Таблица 2. **Ключевые аспекты медиаобразования (по мнению респондентов)**

№	Характеристика
1	Конвергенция
2	Обратная связь с потребителями информации
3	Средства и способы распространения информации

¹ Этот вывод отчасти подтверждает наше исследование, в котором журналистские тексты Югры рассматривались как единый культурный феномен (см.: Гаврилов В.В. К вопросу концептуализации журналистского текста как текста культуры // *Филологический вестник Сургутского государственного педагогического университета*. 2022. № 1 (9). С. 7-17)

4	Креолизованные (изобразительные) тексты
5	Работа с большими объемами данных (сбор, анализ).
6	Манипулирование сознанием
7	Творческая реализация журналиста
8	Коммерциализация СМИ
9	Виртуальные угрозы
10	Цифровизация СМИ
11	Новые жанры

И вновь обнаруживается ряд противоречий. Доминируют практические аспекты, связанные непосредственно с подготовкой медиапродукта и его трансляцией на аудиторию (пункты со 2 по 7). Безусловно, современный журналист должен уметь находить информацию, творчески перерабатывать большие объемы данных, работать в различных знаковых системах, рефлексировать по поводу обратной связи. При этом большинство респондентов отметило, что современному журналисту приходится работать в условиях конвергентной редакции, однако сама цифровизация, которая, собственно, и породила данный феномен в журналистике, а также виртуальные угрозы, которые цифровизация несет пользователям, поставлены на 9 и 10 позиции.

Одним из основополагающих в свете выбранной нами темы стал вопрос «Какие компетенции помогут начинающему журналисту стать конкурентоспособным на медиарынке?». Респондентам предлагалось выбрать не более 5 вариантов ответа. Лидирующие позиции заняли следующие компетенции:

- 1) умение оценивать состояние медиaprостранства и социокультурные трансформации в обществе (83%);
- 2) творческие способности (79%);
- 3) мотивация (72%);
- 4) умение находить, перерабатывать и транслировать информацию (68%);
- 5) способность создавать оригинальные медиатексты — анализировать целевую аудиторию (61%);
- 6) эффективно использовать информационные технологии в профессиональной деятельности» (52%).

Журналисты-практики и студенты, обучающиеся по направлению журналистика, существуя все-таки в региональном медиaprостранстве, не выделяют как значимые такие компетенции, как «высокий уровень языковой компетенции и речевой коммуникации», «аналитические способности», «четкая гражданская позиция», «способность к рефлексии (то есть способность оценивать эффективность собственной деятельности)», «стремление к саморазвитию и самообразованию»; «умение эффективно работать в условиях конвергентной редакции». К сожалению, в большинстве случаев рутинная работа в редакции не предполагает, по мнению респондентов, применения аналитических способностей, не требует профессионального роста.

Тем не менее, компетенции, выделенные как значимые, должны акцентировать внимание медиапедагогов на развитии творческих способностей обучающихся при работе с информацией и подготовке оригинального медиапродукта, на повышении мотивации, а также — на работе с информационными технологиями.

Полученные результаты в достаточной степени коррелируют с нашими выводами относительно необходимых составляющих «целостной медиаличности». Назовем их: «Умение анализировать информацию и креативно ее перерабатывать; способность к рефлексии и саморефлексии; знание концептосферы родного края <...>, владение культурным кодом,

принципами культуросообразности; ясная гражданская позиция с опорой на социокультурную норму; стремление к самообразованию, саморазвитию; стремление к социальной адаптации и профессионализации; умение анализировать общественное мнение, понимание текущей политической ситуации; знание медиарынка, его трендов; владение информационными технологиями; опыт медиапроектирования, умение создавать оригинальные журналистские тексты в различных знаковых системах» [2, с. 371].

ВЫВОДЫ. Итак, анализ научной литературы по теме показал отсутствие единого понимания перспектив развития отечественного медиаобразования. В этой связи актуальным представляется изучение мнения акторов медиaprостранства (журналистов-практиков и студентов-журналистов). Было опрошено 197 респондентов, выявлен ряд противоречий в видении журналистами текущей ситуации в медиаполе. Прежде всего, респонденты не видят угроз цифровизации СМИ, а также не придают большого значения тем преимуществам, которые дает использование цифровых инструментов при обработке больших объемов данных, при подготовке оригинальных медиапродуктов и их трансляции на аудиторию.

С учетом полученных данных обозначены основные направления, по которым должно осуществляться формирование целостной медиаличности в рамках отечественного медиаобразования.

Мы убеждены, что системный взгляд на проблему, выделение ключевых компетенций медиаличности, которые будут востребованы на рынке труда, позволят создать универсальную и эффективную медиаобразовательную модель, учитывающую социокультурные трансформации последних лет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бондаренко Е.А. Современное массовое медиаобразование в России: концептуальные проблемы // Материалы международной научной конференции «Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций / Отв. ред. К.Э. Разлогов и А.В. Федоров. М.: Российский институт культурологии, 2012. С. 15–23.
2. Гаврилов В.В. Роль технологии вузовского проектного обучения в подготовке целостной медиаличности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 2. С. 368–380.
3. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. 322 с.
4. Ляпкина Т.Ф. Конструирование и репрезентация идентичности в массмедиа // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2015. Том 16. Выпуск 2. С. 286–294.
5. Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. 270 с.
6. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Директ-Медиа, 2014. 617 с.
7. Федоров А.В. Современное массовое медиаобразование в России: поиски новых теоретических концепций и моделей // Инновации в образовании. 2009. № 9. С. 4–24.
8. Формирование личной идентичности пользователей посредством новых медиа. URL: <https://cyberpedia.su/23x4d83.html> (дата обращения: 16.10.2023).
9. Хилько Н.Ф. Особенности развития современного медиаобразования в России // Материалы международной научной конференции «Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций / Отв. ред. К.Э. Разлогов и А.В. Федоров. М.: Российский институт культурологии, 2012. С. 214–217.

REFERENCES

1. Bondarenko E.A. *Sovremennoe massovoe mediabrazovanie v Rossii: konceptual'nye problemy* [Modern mass media education in Russia: conceptual problems] // *Materialy mezhdunarodnoj nauchnoj*

- конференции «Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций / Отв. ред. К.Е. Разлогов и А.В. Федоров. М.: Российский институт культурологии, 2012. С.15–23. (In Russian).
2. Gavrilov V.V. *Rol' tekhnologii vuzovskogo proektnogo obucheniya v podgotovke celostnoj medialichnosti* [Role technologies of university project training in the preparation of holistic media personality] // *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Literaturovedenie. ZHumalistika*. 2023. T. 28. № 2. S. 368–380. (In Russian).
 3. ZHilavskaya I.V. *Mediaobrazovanie molodezhnoj auditoria* [Media education of the youth audience]. Tomsk: TIIT, 2009. 322 s. (In Russian).
 4. Lyapkina T.F. *Konstruirovaniye i reprezentatsiya identichnosti v massmedia* [Construction and representation of identity in mass media] // *Vestnik Russkoj hristianskoj gumanitarnoj akademii*. 2015. Tom 16. Vypusk 2. S. 286–294. (In Russian).
 5. Fateeva I.A. *Mediaobrazovanie: teoreticheskie osnovy i opyt realizatsii* [Media education: theoretical foundations and implementation experience]. CHelyabinsk: Izd-vo CHelyab. gos. un-ta, 2007. 270 s. (In Russian).
 6. Fedorov A.V. *Razvitiye mediakompetentnosti i kriticheskogo myshleniya studentov pedagogicheskogo vuz* [Development of media competence and critical thinking of pedagogical university students]. M.: Direkt-Media, 2014. 617 s. (In Russian).
 7. Fedorov A.V. *Sovremennoe massovoe mediaobrazovanie v rossii: poiski novyh teoreticheskikh koncepcij i modelej* [Modern mass media education in Russia: search for new theoretical concepts and models] // *Innovatsii v obrazovanii*. 2009. № 9. S. 4–24. (In Russian).
 8. *Formirovaniye lichnoj identichnosti pol'zovatelej posredstvom novyh media* [Formation of personal identity of users through new media]. URL: <https://cyberpedia.su/23x4d83.html> (data obrashcheniya: 16.10.2023). (In Russian).
 9. Hil'ko N.F. *Osobennosti razvitiya sovremennogo mediaobrazovaniya v Rossii* [Features of the development of modern media education in Russia] // *Materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferentsii «Sovremennoe sostoyaniye mediaobrazovaniya v Rossii v kontekste mirovykh tendentsij / Otв. red. K.E. Razlogov i A.V. Fedorov. M.: Rossijskij institut kul'turologii, 2012. S.214–217. (In Russian).*