

ВОПРОСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ISSUES OF DIGITALIZATION IN THE FIELD OF DOMESTIC EDUCATION

DOI 10.69571/SSPU.2025.97.4.013

УДК 378.147

ББК 74.489.026

В.В. ГАВРИЛОВ,
В.В. ГАВРИЛОВА

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
VR-ТЕХНОЛОГИЙ В РАМКАХ
ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ
СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ В ВУЗЕ

V.V. GAVRILOV,
V.V. GAVRILOVA

PROSPECTS OF USING VR TECHNOLOGIES
IN THE FRAMEWORK OF PROJECT ACTIVITIES
IN THE PROCESS OF TRAINING JOURNALISM
STUDENTS AT THE UNIVERSITY

В настоящее время происходит цифровизация СМИ, конвергенция знаковых систем. Медиapedaгoгика должна воспринять данные трансформации как вызов и постараться сделать более эффективной, отвечающей современным требованиям систему подготовки журналистов в вузе.

Авторы статьи не ставят перед собой задачу описания педагогического эксперимента с использованием всего набора инструментов, которые предоставляют VR-технологии. В данной работе описываются потенциальные возможности повышения уровня эффективности медиаобразования с использованием названных технологий в рамках проектной деятельности.

В этой связи перспективным является создание виртуальной редакции, которая позволит объединить не только студентов разных курсов в рамках подготовки медиапроекта, но и обучающихся по другим направлениям (фото, видео, программирование, дизайн, специалисты по работе с большими объемами данных, промоутеры и т.д.). Использование VR-технологий в процессе работы и представления медиапродукта позволит объединить журналистов в дистанционном формате, визуализировать результаты деятельности, повысить мотивацию к получению оригинального результата, увеличить (благодаря высокому уровню мультимедийности и виртуализации материала) степень вовлеченности аудитории в проект.

Currently, the digitalization of the media and the convergence of iconic systems are taking place. Media education should take these transformations as a challenge and try to make the system of training journalists at the university more effective and meeting modern requirements.

The authors of the article do not set themselves the task of describing a pedagogical experiment using the entire set of tools provided by VR technologies. This paper describes the potential opportunities for improving the effectiveness of media education using these technologies in the framework of project activities.

In this regard, the creation of a virtual editorial office is promising, which will allow bringing together not only students of different courses in the preparation of a media project, but also students in other fields (photography, video, programming, design, specialists in working with large amounts of data, promoters, etc.). The use of VR technologies in the process of working and presenting media products will allow us to bring together journalists in a remote format, visualize the results of activities, increase motivation to obtain original results, and increase (due to the high level of multimedia and virtualization of the material) the degree of audience involvement in the project.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: VR-технологии, медиаобразование, конвергентная редакция, проектная деятельность, цифровизация СМИ, медиaprостранство.

KEY WORDS: VR technologies, media education, convergent editorial, project activity, digitalization of mass media, media space.

ВВЕДЕНИЕ. Цифровые технологии активно входят в нашу жизнь. В одной из статей авторы Ваторопин А.С. и Ваторопин С.А. рассматривают риски социальной эксклюзии при использовании искусственного интеллекта в современных организациях. Исследователи, в частности, отмечают, что «внедрение технологий ИИ в организациях может не просто трансформировать или активизировать процессы социального исключения, но и обусловить «мультипликативный эксклюзивный эффект», при котором количество индивидов, лишенных доступа к полноценной трудовой деятельности и всем сопутствующим возможностям, будет расти в геометрической прогрессии. Разработчики и компании, внедряющие ИИ в собственные производственные и управленческие процессы, ориентированные, в первую очередь, на повышение производительности и максимизацию прибыли, будут продолжать играть роль основной движущей силы дальнейших инноваций. В этих условиях единственным субъектом, обладающим необходимыми ресурсами и не имеющим возможности не учитывать масштабные социальные последствия «ИИ-задачи», является государство.

Основными направлениями государственной политики в данной сфере должны стать совершенствование законодательства, создание регуляторной среды (стандарты сертификации для технологий ИИ), актуализация программ содействия занятости, целевая поддержка социально уязвимых групп, просвещение населения» [1, с. 169]. А в том, что цифровые технологии будут проникать во все сферы человеческой деятельности все более активно, нет никаких сомнений. Это подтверждает и прогноз Statista Market Insights: «В 2024 году рынок искусственного интеллекта вырос более чем на 184 миллиарда долларов США, что на 50 миллиардов больше, чем в 2023 году. Ожидается, что этот ошеломляющий рост продолжится, и в 2030 году рынок превысит 826 миллиардов долларов США» [9]. Все сказанное во многом (и прежде всего) касается отечественных СМИ.

В научный оборот введены и повсеместно используются такие термины, как «конвергентная редакция», «конвергентная журналистика», «конвергенция жанров». Все они в той или иной степени отражают процесс слияния (или интеграции) цифровых и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс, а также — смешение жанров в медиаполе России. Все это происходит из-за того, что журналистика из аналоговой становится цифровой. Уходят в прошлое долгое время остававшиеся традиционными «бумажные» носители информации (газеты, журналы, альманахи и т.д.), размывается привычная классификация журналистских жанров, уже кажутся архаичными многие инструменты сбора, обработки и распространения информации, получения обратной связи от реципиентов и реакции на нее.

В этой связи роль государства нам видится не только в урегулировании использования ИИ в медиасреде, но и в просвещении населения относительно преимуществ и угроз цифровизации СМИ. И ключевая роль в реализации данной стратегии отводится отечественной

медиапедагогике. С учетом современных трансформаций становится все более актуальным вопрос о пересмотре педагогических технологий и методов обучения, которые используют при подготовке журналистов в высших учебных заведениях. Причина очевидна: в условиях цифровизации СМИ вузы должны готовить специалистов новой формации, способных использовать цифровые инструменты для поиска, обработки и таргетированного распространения информации, проявляя при этом творческий подход и демонстрируя аналитические способности. Кроме того, специалист должен видеть те угрозы, понимать те вызовы, которые несет цифровизация СМИ (большой объем информации, фейки, манипуляции сознанием и т.д.) Успевает ли медиапедагогика за теми изменениями, которые происходят в медиaprостранстве? Мы полагаем, что это происходит не всегда и в недостаточной степени. Причин тому несколько: инертность образовательной системы, непонимание коренных изменений в медиaprостранстве, отсутствие технического и методического обеспечения с учетом обозначенных трансформаций.

При этом педагогу следует акцентировать внимание не только на личностных учебных результатах обучающихся, но и на метапредметных. В этой связи возрастает значимость освоения универсальных учебных действий. Такой компонент в образовательной деятельности дает возможность говорить о практической направленности, которая проявляется в формировании умений, применяемых в практической журналистской деятельности. «Универсальные учебные познавательные действия предполагают овладение умениями замещения, моделирования, кодирования и декодирования информации, логическими операциями, включая общие приемы решения задач» [5, с. 5].

ЦЕЛЬ статьи — рассмотреть перспективы использования VR-технологий в рамках проектной деятельности в процессе подготовки студентов-журналистов в вузе.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. Для получения объективных данных использовались такие методы исследования, как анализ научной литературы по теме, анкетирование, анализ данных педагогического эксперимента (студенты-журналисты 3 и 4 курса (контрольная и экспериментальная группы) СурГПУ).

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ. Необходимо обучать студентов работе с информацией (сбор, обработка, распространение), формировать у них базовые исследовательские навыки, а также навыки творческой и аналитической деятельности. Только творческий студент, способный к поиску неординарных решений профессиональных задач, сможет противостоять угрозам цифровизации СМИ, успешно конкурировать с ИИ на медиарынке. Речь, по сути, в данном случае должна идти о формировании различных компонентов цифровой личности. В свое время мы предложили перечень компонентов, характеристик цифрового интеллекта обучающихся по направлению «Журналистика»:

- «— цифровая грамотность (умение видеть угрозы и противостоять им, умение собирать, обрабатывать большие объемы данных);
- творческие способности (умение генерировать идеи и воплощать их с использованием цифровых инструментов, умение творчески перерабатывать собранную информацию и транслировать ее на потребителей);
- критическое мышление, рефлексия (умение критически оценивать поступающую информацию, делать выводы, используя цифровые инструменты);
- умение работать с текстами обратной связи;
- мотивация (желание использовать цифровые инструменты в профессиональной деятельности);
- умение работать с интеллектуальными технологиями» [3, с. 636].

Формировать эти характеристики предпочтительнее и естественнее с использованием активных форм и методов обучения, имеющих отношение к цифровой среде. Вот лишь некоторые из них, которые мы можем использовать в образовании журналистов:

- 1) Технологии дистанционного и смешанного обучения. Мы можем организовывать консультации со студентами, вовлекать в учебную коммуникацию известных журналистов, экспертов, зарубежных специалистов.
- 2) Искусственный интеллект. Помогает организовать индивидуальные образовательные маршруты и разрабатывать современные образовательные программы высокого качества.
- 3) Технологии виртуальной и дополненной реальности. Находят широкое применение в медиасреде, в том числе в иммерсивной журналистике. «Если зарубежные СМИ уже давно используют иммерсию в своем контенте, то для российских изданий только все начинает набирать обороты. Иммерсивная журналистика — совершенно инновационный продукт как для читателей, так и для журналистов. Технологии виртуальной реальности позволяют аудитории глубже проникнуть в суть материала и это главная особенность такой разновидности журналистики. Проекты «New York Times VR» и «Ria.lab» является доказательством того, что виртуальная реальность может сыграть важную роль в создании качественного журналистского контента и взаимодействии читателей с новостными темами» [12].

Уточним, цифровой интеллект является неотъемлемой составляющей целостной медиальности и предполагает оценку современных угроз медиaproстранства его актором, а также эффективное использование цифровых инструментов с целью творческой реализации и успешной профессионализации (см. об этом подробнее: [3]). Чтобы достичь поставленной цели по формированию цифрового интеллекта обучающихся, на практических занятиях необходимо использовать специальные задания метапредметной направленности, а также формировать медиaproстранство (особую медиасреду: виртуальная редакция, медиапарк и т.д.), в котором студенты, используя современные цифровые технологии, смогут самостоятельно осуществлять взаимодействие в процессе решения учебной задачи. Учебная деятельность должна быть проблемной, в этой связи необходимо организовывать исследовательскую деятельность, которая позволит обучающимся проявить творческие и аналитические способности.

В данном случае становится актуальным вопрос мотивации. Студенты не просто должны быть готовы к использованию новейших технологий в своей будущей профессиональной деятельности, но и испытывать необходимость в их применении, понимать их значимость и ведущую роль в современном медиaproстранстве. Обучающийся должен овладеть функциональной грамотностью, то есть понимать, как наиболее эффективно и уместно использовать новые технологии для решения той или иной журналистской задачи, иметь соответствующий практический опыт. С учетом того, что контент получает в медиaproстранстве всё большую степень визуализации, этот принцип, мы полагаем, необходимо перенести и в практику медиаобразования. Здесь уместно привести слова Л.А. Здесенко: «...век XXI — век цивилизации изображений. <...> Визуализация помогает обучающимся получать новые знания; помогает правильно организовывать и анализировать информацию; позволяет связывать полученную информацию в целостную картину о том или ином явлении или объекте; развивает критическое мышление...» [7, с. 158].

В одной из своих работ мы представили исследование отношения студентов-журналистов к инновационным технологиям обучения. Около «половины опрошенных считают, что изменения в обучении нужны и актуальны. Их не пугают перемены. Кроме того, данное мнение свидетельствует о готовности студентов профессионально развиваться в области цифровизации журналистики, осваивать учебную информацию благодаря современным технологиям» [2, с. 23]. Студенты из предложенного им перечня современных форм и методов обучения могли выбрать наиболее значимые, актуальные в процессе формирования целостной медиальности в условиях цифровизации СМИ. Результаты получились следующие (представлено ранжирование в порядке убывания): 1) геймификация (23%); 2)

дистанционное обучение (17%); 3) одноранговое обучение (Peer instruction) (12%); 4) массовый открытый онлайн-курс (MOOC) (10%); 5) Peer learning (10%); 6) проектная работа (7%); 7) тренинг (5%) [Там же, с. 23–24].

Как видим, студентов привлекают методы, позволяющие раскрыть их творческий потенциал (как в рамках групповой работы, так и индивидуально). При этом они стремятся освободиться от привязки к месту, к учебной аудитории, готовы выходить в онлайн-пространство с тем, чтобы получать новые знания, решать учебные задачи, используя цифровые инструменты, и представлять результаты своей деятельности на более широкую аудиторию (что для будущих журналистов крайне важно).

По нашему мнению, потенциал применения в медиапедагогике искусственного интеллекта, цифровых технологий практически не ограничен. Ограничения здесь могут быть связаны лишь с недостаточным техническим оснащением аудиторий или с недостаточной подготовкой педагогов. При отсутствии данных ограничений использование цифровых технологий в процессе подготовки журналистов нового типа имеет широкие перспективы: повышает мотивацию обучающихся, развивает навыки творческой и аналитической деятельности, будет содействовать их дальнейшей успешной профессионализации (органичному включению в работу конвергентной редакции).

В рамках данной статьи остановимся подробнее на VR-технологиях. Как правило, VR-технологии, благодаря специальному оборудованию (шлемы, сенсоры, контроллеры), позволяют создавать иллюзию погружения в определенную (искусственную, цифровую) среду. Подобные технологии применяются в таких сферах человеческой деятельности, как игры и развлечения, медицина, бизнес-тренинги, дизайн и архитектура и др. В последнее время особую роль VR-технологии стали играть в области образования. С помощью них субъект может посетить виртуальные экскурсии, дистанционно участвовать в лабораторных работах, изучать интерактивные учебные программы. Высокая степень интерактивности технологий позволяет субъекту быть непосредственным участником события, активно осваивать конкретное цифровое пространство.

В этой связи использование VR-технологий в рамках медиапедагогики представляется нам чрезвычайно актуальным и перспективным. Дадим краткую характеристику названным технологиям в этом аспекте.

- 1. Тип знаковой системы.** Интернет-платформа с интеграцией VR. Основное направление — создание виртуальной реальности для погружения пользователей в события. Печатное издание — дополнение в виде журналов с QR-кодами для доступа к VR-материалам. Телевизионные программы — трансляции уникальных VR-репортажей.
- 2. Направление деятельности.** Информационно-развлекательное с акцентом на новостные события: освещение, интересное представление местных и международных новостей, значимых фактов культурной, научной и общественной жизни.
- 3. Материалы.** VR-репортажи:
 - а) 360-градусные видео с места событий, позволяющие пользователям ощутить присутствие на месте, погружение зрителя в контекст происходящего.
 - б) Наличие обратной связи: интервью в VR, возможность задать вопросы инфлюэнсерам в интерактивном формате.
 - в) Образовательный потенциал: обучающие VR-семинары, учебные материалы (теория и практика) по различным темам, включая науку, культуру и историю.
 - г) Нарративные проекты: виртуальные экскурсии в важные места и события, созданные с использованием VR-технологий.
- 4. Структура редакции:**
 - Главный редактор: определяет стратегию контента и цели проекта.
 - VR-продюсеры: ответственные за создание VR-контента, работа с технологиями съемки и монтажа.

- Журналисты: исследуют события, пишут традиционные материалы и взаимодействуют с командой VR.
- Редакторы: проверка всех материалов, работа над их адаптацией для VR-формата.
- Технические специалисты: обеспечивают техническую поддержку VR-платформы и контента.
- Специалисты по маркетингу: продвижение контента, работа с аудиторией через социальные сети.
- Отдел мониторинга и обратной связи: анализ пользовательских взаимодействий с контентом и сбор отзывов.

5. Имидж. В рамках виртуальной редакции студенты объединяются в команду, чтобы создать качественный, оригинальный медиапродукт (или несколько медиапродуктов) и транслировать их на широкую аудиторию. Главное внимание будет уделяться инновациям, качеству и этике в журналистике, а также взаимодействию с аудиторией через обсуждение и вовлеченность в контент.

Кроме того, одной из ключевых проблем современной журналистики является сбор, обработка и распространение информации. В условиях цифровизации СМИ кратно возросли объемы данных. Журналисту сложно, а зачастую — невозможно справиться с таким потоком информации самостоятельно, без специальных цифровых инструментов. Поэтому в рамках работы над проектом в виртуальной редакции студентам необходимо освоить один или несколько подобных инструментов. Назовем некоторые из них: BAUM AI PLATFORM (помогает обрабатывать структурированные и неструктурированные массивы данных любого типа); Data Flow (создана для потоковой обработки данных); InnData (инструмент для работы с большими данными для решения разноплановых задач); ITS DPP и PolyAnalyst GRID (анализ, хранение и обработка больших данных); RT.Warehouse и RT.DataLake (системы для построения хранилищ данных).

Использование VR-технологий в информационном пространстве требует инструментов для обработки аудио— и видеоданных, инфографики. В процессе работы студенты могут использовать следующие программы: Audacity, GarageBand, Adobe Audition — работа со звуком, редактирование файлов; Gimp, Google Picasa (работа с изображениями, фотографиями); Inkscape (бесплатный редактор векторной графики).

Вышеназванные технологии уместнее всего применять в проектах, в рамках групповой работы. Всему этому нужно обучить журналистов, чтобы они могли включиться в работу виртуальной редакции и показать себя эффективными сотрудниками. Дистанционные технологии, прежде всего VR, помогут организовать учебный процесс, совещания дистанционно, без отрыва от учебы. В качестве примера можно представить работу над лонгридом, где каждый участник проекта привносит что-то свое. Оценивается опубликованный медиапроект команды.

Понятие «лонгрид»

По мнению Д.В. Шпилёвой, «нет четкого определения термина «лонгрид», что указывает на трансформацию технологии журналистского труда. Для создания лонгрида чаще всего используют специальные веб-платформы, так как подготовка мультимедийного проекта с нуля требует много времени и трудозатрат. Часто используемыми компонентами являются различные интерактивные и гипертекстуальные элементы, так как они позволяют погрузить читателя в тему и предлагают большие возможности для расширения имеющихся данных и введения в материал новых сведений» [11, с. 106]. Лонгрид — это «метод создания конвергентного журналистского материала, включающего аудио-, видео-, фото-, интерактивные и гипертекстуальные элементы. Данный метод позволяет создать мультимедийную историю, то есть комбинацию текста, фотографий, видеоклипов, аудио, графики и интерактивных элементов» [Там же, с. 103], представленную на веб-сайте в нелинейном виде, когда элементы дополняют друг друга. Для создания лонгрида требуется большое

количество ресурсов, поскольку проект является интерактивным и создается на стыке нескольких знаковых систем. Этим оправдывается выбранный нами метод группового проекта при подготовке медиапродукта.

Структура и композиция проекта

Структура и композиция проекта должны быть определены педагогом заранее, быть четкими, логичными, отвечать конкретным задачам, связанным с воздействием на аудиторию. Важна, как мы думаем, и социальная значимость медиапроекта.

Кроме лонгрида, это могут быть интерактивные тесты, веб-игры, различного рода опросы и викторины, квесты с хорошо проработанным сценарием, предполагающим различные варианты развития событий в зависимости от выбора игрока и т.д. Исследователи Н.О. Автаева, В.А. Бейненсон, К.А. Болдина, А.Л. Коданина, О.Н. Савинова выделяют следующие требования к медиапроектам подобного рода:

- «— Быть композиционно цельным. Иначе пользователь запутается в сценарных линиях и просто перестанет тратить свое время на освоение неудачного материала.
- Быть интересным. В материале должна содержаться новая и актуальная для пользователя информация, в том числе занимательно-развлекательная.
- Быть емким и лаконичным. Не стоит вести пользователя по сценарию длиной в несколько часов. Рассчитывайте на 10–15-минутное взаимодействие.
- Быть эстетически привлекательным. Обратите внимание: не красивым, а именно «привлекательным».

В структуре спецпроекта будет выделяться несколько важных составляющих, которые учитываются в комплексе при разработке:

- Контентная часть. Здесь команда определяет, о чем будет материал и какую текстовую и визуальную информацию необходимо в него включить.
- Сценарная часть. Здесь необходимо понять, какой формат лучше выбрать. То есть команда определяет сценарий взаимодействия пользователя с материалом.
- Визуальная часть: как будет выглядеть проект и что составит его внешний вид» [8, с. 157].

Способы вовлечения пользователя в контент

Социальный и информирующий аспекты медиапроекта не могут быть реализованы в полной мере, если к нему не подключена серьезная аудитория. Именно вовлечение в проект должно стать первым и наиважнейшим этапом реализации.

Причислим несколько способов (сценариев, механик) привлечения пользователя и его ведения от начала и до конца при изучении предлагаемого материала (особенно это касается лонгрида, работа с которым предполагает терпение, концентрацию, серьезную интеллектуальную работу пользователя):

1. *Игровой*. «Это могут быть элементарные действия со стороны пользователя — передвинуть бегунок по шкале до определенной отметки или подобрать ключ к замочной скважине. А также это могут быть и целые игры в жанре стратегии с получением баллов» [Там же, с. 158].
2. *Опора на любопытство пользователя*. Способ «близок к традиционным форматам рекламы. Чтобы получить ответ на «вопрос-крючок» или получить пользу (материалы в формате «инструкция»), пользователю надо выполнить несколько простых действий, на которые он и соглашается ради лучшего понимания себя или приобретения обещанной выгоды или ценного знания» [Там же, с. 161].
3. *Использование иммерсивного формата*. «Пользователь становится действующим лицом или даже соавтором истории. Здесь можно привести в пример интересный проект медиа «Такие дела» под названием «Все сложно». Этот проект представляет собой интерактивный фильм, состоящий из нескольких десятков эпизодов. Пользователю во время просмотра регулярно задается вопрос «Как должна поступить главная ге-

роиня?» и дается три варианта ответа. От этих ответов зависит ход развития сюжета. Придет ли героиня к счастливому финалу или будет несчастной в конце — все это в руках самого зрителя» [Там же, с. 161].

Учитывая все сказанное выше, повторим, что метод проектной деятельности при подготовке журналистов для работы в конвергентной редакции приобретает все большую актуальность (и VR-технологии в данном случае подходят как нельзя лучше). Вслед за исследователями (К.С. Гордеев, А.А. Жидков, А.С. Пасечник, М.Е. Кокарева, М.И. Егорова, Н.С. Абрамова, М.Н. Гладкова, А.В. Гладков, М.М. Кутепов, А.В. Трутанова и др.) мы понимаем указанный метод как *систему учебных действий, которые выполняет обучающийся или группа (коллектив) по заданию и под руководством педагога (фасилитатора) и в сотрудничестве с ним с целью достижения запланированного результата*. Результатом же подобной деятельности должен быть конкретный продукт, имеющий научный и / или творческий характер. Совместная работа обучающихся под руководством педагога направлена на решение конкретной и актуальной научной проблемы. В процессе подготовки проекта происходит саморазвитие и самореализация обучающегося [10].

В настоящее время в науке четко обозначены теоретико-методологические принципы проектного метода обучения:

- «1. Дидактическая направленность, которая позволяет развивать творческие способности обучающихся, умение самостоятельно планировать и проектировать свою деятельность для решения познавательных и практических задач, систематизировать информацию и обрабатывать полученные результаты.
2. Концептуальность, подразумевающая опору на теоретические положения, присущие определенным направлениям педагогических технологий.
3. Системность как взаимосвязанность и последовательность элементов (приемов и операций) образования.
4. Воспроизводимость, которая проявляется в возможности использования проектного обучения на всех ступенях образования.
5. Универсальность, т.е. возможность включения в структуру любого направления подготовки» [4].

Данный метод выбран нами в качестве основного в рамках профильных курсов по трем причинам: во-первых, в основу актуального ФГОС для вузов положен компетентностный подход, и проектная деятельность отлично укладывается в концепцию развития основных профессиональных компетенций. Во-вторых, как известно, проектная деятельность предполагает высокий уровень инициативности, самостоятельности, субъектности студентов в процессе решения обозначенных педагогом учебных задач, и здесь важно отметить, что Сургутский государственный педагогический университет около 15 лет под руководством профессора, действительного члена РАО В.С. Лазарева осуществляет шаги по внедрению деятельностного подхода в учебный процесс. И, наконец, в-третьих, данный метод может быть успешно реализован в рамках дистанционного обучения, с использованием цифровых технологий (в том числе и VR).

В 2023–24 уч. году нами был проведен педагогический эксперимент в рамках проектной деятельности (участвовали группы 3 курса (20 человек) — контрольная группа (КГ) и 4 курса (17 человек) — экспериментальная группа (ЭГ); направление 42.03.02 «Журналистика».

Объединение групп в рамках эксперимента было осуществлено на основании схожих компетенций и творческого характера дисциплин. Обучающиеся КГ, осваивая курсы, работали в традиционной парадигме. Студенты ЭГ разрабатывали медиапроект, тему которого предложили сами (лонгрид «Путешествуем по России»). Обязательных требований к проекту было только три: актуальность, социальная направленность, практический результат. Проект получился в достаточной степени интерактивным, с элементами VR-технологий, большим количеством фото— и видеоматериалов, инфографики. Материалы

были представлены на итоговом занятии (защита проекта). Данные контрольных замеров (анкетирование и тестирование) по результатам эксперимента показали, что у студентов, работавших в рамках проекта с использованием цифровых технологий, в целом на 32% оказался выше уровень мотивации к учебной деятельности, уровень проектной деятельности студентов-журналистов оказался в следующем соотношении: 30% (КГ) и 65% (ЭГ). Кроме того, положительно относятся к цифровым инструментам (т.е. понимают их значимость, владеют ими и готовы применять в дальнейшем) в профессиональной деятельности 86% ЭГ и 54% в КГ.

Безусловно, в силу недостаточной технической оснащенности мы не могли использовать весь спектр VR-технологий, однако их значимость в медиаобразовании от этого не уменьшается. VR-технологии (или журналистика погружения) позволяют создать эффект присутствия, эмоциональную связь с описываемым местом или человеком (что чрезвычайно важно для лонгрида, трэвел-журналистики, материалов художественно-публицистического характера и т.д.). Возрастает (причем существенно) степень вовлеченности аудитории. Появляется возможность реконструировать события (возврат к тому или иному месту, происшествию). Реципиент является уже не объектом воздействия, а субъектом, действующим лицом происходящего. Высокий уровень интерактивности позволяет ему даже в некоторой степени корректировать ход событий.

Для медиапедагогов это способ объединить студентов различных специальностей и возрастов в одну команду (проектная деятельность в дистанционном режиме) с тем, чтобы обучающиеся могли работать на общий результат, управлять работой в реальном времени.

ВЫВОДЫ. Ключевая проблема медиаобразования состоит в том, что в настоящее время все СМИ переходят в цифровой формат. Кроме того, редакции стали конвергентными, смешиваются различные знаковые системы, размываются жанровые границы медиапродуктов. И на эти вызовы нужно отвечать.

В качестве адекватного ответа на современные трансформации медиапространства мы предлагаем создание виртуальной редакции. В этой связи перспективным нам представляется вариант, о котором пишет исследователь Ю.М. Ершов. Он, по сути, предлагает объединить все виды деятельности обучающихся в систему в рамках закрытого образовательного пространства, которое назвал «медиапарком»: «Этот медиапарк, с одной стороны, создает в университете важный средовой и синергетический эффект, с другой — его авторы участвуют в университетском разделении труда и наполнении общественной жизни творчеством. Специалисты по медиа и дизайну, допустим, полноценно могут участвовать в IT-проектах, художники в проектировании сложных систем коммуникаций, знания возникают на стыках и соединениях наук» [6, с. 16]. Идея заключается в том, чтобы объединить не только студентов разных курсов в работе над медиапроектом, а чтобы студенты из других отраслей могли тоже в этом участвовать (нужны дизайнеры, звукорежиссеры, монтажеры, телеоператоры, специалисты PR, программисты, чтобы обрабатывать большие объемы данных). Педагог сначала дает теорию, а потом выступает как фасилитатор, то есть направляет студентов. Использование VR-технологий в процессе работы над медиапродуктом трудно переоценить. Данные технологии позволяют объединять журналистов в дистанционном формате, визуализировать результаты деятельности, повышать мотивацию к получению оригинального результата, увеличивать (благодаря высокому уровню мультимедийности, виртуализации) степень вовлеченности аудитории в проект.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ваторопин А.С., Ваторопин С.А. Риски социальной эксклюзии в условиях внедрения технологий искусственного интеллекта в современных организациях // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2025. № 2(95). С. 163-171.

2. Гаврилов В.В. К вопросу о развитии специальных компетенций студентов-журналистов вуза в цифровую эпоху // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2022. № 1 (76). С. 19–28.
3. Гаврилов В.В., Зорина В.А. «Цифровой интеллект журналиста»: к содержанию понятия // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2024. Т. 29. № 3. С. 626–641.
4. Гордеев К.С., Жидков А.А., Пасечник А.С., Кокарева М.Е., Егорова М.И. Метод проектов как способ формирования компетентности будущего педагога профессионального обучения / Международный студенческий научный вестник. 2018. № 2. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=18167> (дата обращения: 16.05.2025).
5. Достижение метапредметных результатов в рамках изучения предметов социально гуманитарного блока (основное общее образование): методические рекомендации / А.Ю. Лазебникова, Л.Н. Алексашкина, Э.М. Амбарцумова [и др.]; под ред. А.Ю. Лазебниковой. М.: ФГБНУ «Институт стратегии развития образования», 2023. 105 с.
6. Ершов Ю.М. Модели журналистского образования в цифровую эпоху // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С. 13–16.
7. Здесенко Л.А. Современные образовательные технологии как условие повышения качества образования // Молодой ученый. 2023. № 47 (494). С. 157–161. URL: <https://moluch.ru/archive/494/108187/> (дата обращения: 07.06.2025).
8. Мультимедийные технологии СМИ. Учебное пособие кафедры журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского / Н.О. Автаева, В.А. Бейненсон, К.А. Болдина, А.Л. Коданина, О.Н. Савинова. Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2020. 171 с.
9. Объем рынка искусственного интеллекта (ИИ) в мире с 2020 по 2030 год. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1474143/global-ai-market-size> (дата обращения: 7.06.2025).
10. Проектное обучение: практики внедрения в университетах / Под ред. Л.А. Евстратовой, Н.В. Исаевой, О.В. Лешуковой. URL: <https://uni.hse.ru/> (дата обращения: 16.05.2025).
11. Шпилёва Д.В. Лонгрид как актуальный журналистский метод подачи информации // Медиасреда. 2019. № 15. С. 103–107.
12. VR-технологии в журналистике: новый способ достучаться до аудитории. URL: <https://vrjournalism.tilda.ws/> (дата обращения: 16.05.2025).

REFERENCES

1. Vatoropin A.S., Vatoropin S.A. *Riski social'noj eksklyuzii v usloviyah vnedreniya tekhnologii iskusstvennogo intellekta v sovremennyh organizatsiyah* [The risks of social exclusion in the context of the introduction of artificial intelligence technologies in modern organizations] // Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2025. № 2(95). S.163–171. (In Russian).
2. Gavrilov V.V. *K voprosu o razvitii special'nyh kompetencij studentov-zhurnalistov vuza v cifrovuyu epohu* [On the development of special competencies of university journalism students in the digital age] // Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2022. № 1 (76). S.19–28. (In Russian).
3. Gavrilov V.V., Zorina V.A. *«Cifrovoy intellekt zhurnalista»: k sodержaniyu ponyatiya* [«Digital intelligence of a journalist»: to the content of the concept] // Vestnik RUDN. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika. 2024. T. 29. № 3. S. 626–641. (In Russian).
4. Gordeev K.S., Zhidkov A.A., Pasechnik A.S., Kokareva M.E., Egorova M.I. *Metod proektov kak sposob formirovaniya kompetentnosti budushchego pedagoga professional'nogo obucheniya* [The project method as a way of forming the competence of a future professional education teacher] / Mezhdunarodnyj studencheskij nauchnyj vestnik. 2018. № 2. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=18167> (data obrashcheniya: 16.05.2025). (In Russian).
5. *Dostizhenie metapredmetnyh rezul'tatov v ramkah izucheniya predmetov social'no gumanitarnogo bloka (osnovnoe obshchee obrazovanie): metodicheskie rekomendacii* [Achieving meta-subject results in the study of subjects of the social and humanitarian block (basic general education): meth-

- odological recommendations] / A. Yu. Lazebnikova, L.N. Aleksashkina, E.M. Ambarcumova [i dr.]; pod red. A. Yu. Lazebnikovoj. M.: FGBNU «Institut strategii razvitiya obrazovaniya», 2023. 105 s. (In Russian).
6. Ershov Yu.M. *Modeli zhurnalistskogo obrazovaniya v cifrovuyu epohu* [Models of journalistic education in the digital age] // Zhurnalistskij ezhegodnik. 2016. № 5. S.13–16. (In Russian).
 7. Zdesenko L.A. *Sovremennye obrazovatel'nye tekhnologii kak uslovie povysheniya kachestva obrazovaniya* [Modern educational technologies as a condition for improving the quality of education] // Molodoj uchenyj. 2023. № 47 (494). S. 157–161. URL: <https://moluch.ru/archive/494/108187/> (data obrashcheniya: 07.06.2025). (In Russian).
 8. *Mul'timedijnye tekhnologii SMI* [Multimedia media technologies]. Uchebnoe posobie kafedry zhurnalistski NNGU im. N.I. Lobachevskogo / N.O. Avtaeva, V.A. Bejnenson, K.A. Boldina, A.L. Kodanina, O.N. Savinova. Nizhnij Novgorod: Izd-vo NNGU, 2020. 171 s. (In Russian).
 9. *Ob'em rynka iskusstvennogo intellekta (II) v mire s 2020 po 2030 god* [The volume of the artificial intelligence (AI) market in the world from 2020 to 2030]. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1474143/global-ai-market-size> (data obrashcheniya: 7.06.2025). (In Russian).
 10. *Proektnoe obuchenie: praktiki vnedreniya v universitetah* [Project-based learning: implementation practices at universities] / Pod red. L.A. Evstratovoj, N.V. Isaevoj, O.V. Leshukovoj. URL: <https://uni.hse.ru/> (data obrashcheniya: 16.05.2025). (In Russian).
 11. Shpilyova D.V. *Longrid kak aktual'nyj zhurnalistskij metod podachi informacii* [Longrid as an actual journalistic method of presenting information] // Mediasreda. 2019. № 15. S.103–107. (In Russian).
 12. *VR-tekhnologii v zhurnalistike: novyj sposob dostuchat'sya do auditoria* [VR technologies in journalism: a new way to reach the audience]. URL: <https://vrinjournalism.tilda.ws/> (data obrashcheniya: 16.05.2025). (In Russian).