

## Литература

1. В поисках психологической помощи: аналитический обзор. — Текст: электронный // ВЦИОМ. 2022. 22 нояб. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/v-poiskakh-psikhologicheskoi-pomoshchi> (дата обращения: 28.02.2023).
2. Жижина М.В. Массмедиа и психологическое просвещение в условиях пандемии (на примере деятельности Регионального центра практической психологии Саратовского государственного университета имени Н.Г.Чернышевского) / М.В.Жижина // Психологическое сопровождение пандемии COVID-19: Факультет психологии МГУ имени М.В.Ломоносова. — Москва, 2021. — С. 457–464.
3. Федоров В. Молодежь и молодежная политика. — Текст: электронный // ВЦИОМ. Презентации. — URL: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/molodezh-i-molodezhnaja-politika> (дата обращения: 28.02.2023).
4. TrendVision 2022. Куда дальше? Специальный выпуск обзора трендов Ipsos с фокусом на молодое поколение 16–25 лет. — Текст: электронный // URL: <https://www.ipsos.com/ru-ru/trend-vision-2022-kuda-dalshe> (дата обращения: 28.02.2023).

УДК 37.013.42–053.5+070.1:316.77+070.1:004.032.6

*Лебедева С. В.*

*Гуманитарный университет*

## **РОСТ МЕДИЙНОЙ АКТИВНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ И ТРЕБОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

**Аннотация.** Высокий уровень медиаинформационной грамотности предполагает осознанное медиапотребление, а также умение

создавать медийные продукты в разных форматах. В последнее время мы наблюдаем рост медиаактивности школьников. Перепись школьных СМИ на Среднем Урале выявила тенденции в данном виде деятельности и возникающие при этом проблемы, некоторые из них проанализированы в статье.

**Ключевые слова:** медиаграмотность, школьные медиа, социальные сети

*Lebedeva S. V.*

## THE GROWTH OF MEDIA ACTIVITY OF SCHOOLCHILDREN AND THE REQUIREMENTS OF THE INFORMATION SOCIETY

**Abstract.** A high level of media and information literacy implies conscious media consumption, as well as the ability to create media products in different formats. Recently, we have seen an increase in the media activity of schoolchildren. The census of school media in the Middle Urals revealed trends in this type of activity and the problems that arise, some of them are analyzed in the article.

**Keywords:** media literacy, school media, social networks

Проблема медиаинформационной грамотности школьников и молодежи в наши дни находится в центре внимания общественности. «В 2022 г. Министерство просвещения РФ вышло с инициативой о создании впервые в России единого верифицированного курса по медиаграмотности... Впервые в рамках предмета “Медиаграмотность” будут разработаны специальные отдельные треки (курсы) для основных целевых аудиторий потребления медиа: школа — СПО, вуз и ДПО», — отмечает представитель Министерства просвещения РФ Е. Н. Занина [1, с. 415].

В обновленном Федеральном государственном образовательном стандарте (ФГОС), на который перешли школы с сентября 2022 г., обозначено, «что он разработан в соответствии с требованиями информационного общества». [3, п. 2] Однако, по мнению медиаисследователей, и, в частности, И.А.Фатеевой, в новом документе практически не идет речи о взаимодействии школьников со средствами массовой информации и коммуникации, внимание разработчиков обращено, в основном, к контенту образовательных платформ и учебной литературе. Эксперт полагает, что «идеологи отечественной системы образования» считают, что «школа... не должна, по-видимому, быть ответственной за формирование привычки осознанного медиапотребления и критического восприятия поступающей по медиаканалам информации» [4, с. 125].

В то же время можно констатировать, что медийные процессы, имеющие отношение именно к СМИ, в школах сейчас активизировались. Редакции медиа различного формата (традиционных печатных изданий, ТВ-студий, радио, официальных групп в соцсетях) существуют во многих образовательных организациях, а в некоторых даже возникают альтернативные действующим, конкурирующие с ними за внимание аудитории медиаобъединения. Нередко это бывают самостоятельные проекты подростков, в основном, нацеленные на создание в соцсетях собственного контента о событиях в школе. Информация о подобных случаях поступила из некоторых гимназий Екатеринбурга (120, 177 и других). Причины подобной активности понятны: желание подростков реализовать свой творческий потенциал накладывается в данном случае на характеристики аудитории школьных медиа (педагоги, ученики, их родители), которая по определению достаточно внимательна к информационным продуктам на тему школы. Любой медиапродукт, даже некачественно сделанный, не будет обойден вниманием.

По нашему мнению, которое сформировалось на основе анализа многолетнего собственного опыта работы с юнкорами и деятельности

других школьных медиа, учащиеся, сами создающие контент для СМИ, имеют представления о требованиях к достоверности информационных продуктов. Они в общих чертах знают, какой должна быть информация, не являющаяся фейком, какие обязательные элементы она должна включать в себя. У таких ребят уровень медиаграмотности явно выше, чем у других. По этой причине на данные медийные ресурсы стоит обратить пристальное внимание.

Нельзя сказать, что органы образования вообще дистанцируются от темы школьных и подростковых СМИ. На примере Свердловской области (СО) можно с уверенностью утверждать: в Министерстве образования и молодежной политики, Департаменте образования г. Екатеринбурга осознают важность деятельности в образовательных организациях собственных медиаресурсов и по мере возможности этому содействуют. В частности, Региональным модельным центром ГАНОУ СО «Дворец молодежи» (подчинено министерству образования СО) в течение трех лет в рамках госзаказа реализуется программа переподготовки специалистов по направлению «Педагог в сфере детской журналистики». В городском Дворце творчества «Одаренность и технологии» активно работает Отдел медиапроектов, который регулярно проводит занятия «Медиашколы» для педагогов.

Между тем достоверной и относительно полной информации о том, сколько сегодня в Свердловской области существует периодически выпускаемых школьных и молодежных средств массовой информации в различных видах и форматах (печать, телевидение, радио, официальные сайты и группы в соцсетях, фотоподборки, приложения к районным газетам, молодежные телестудии) до последнего времени не было.

Детско-молодежная общественная организация юнкоров Свердловской области (Союз юнкоров) в 2021 – 2022 учебном году реализовывала проект «Медиаграмотность — актуальный тренд» с использованием гранта Фонда Президента РФ на развитие гражданского

общества. Большое внимание в рамках проекта было уделено проведению Переписи школьных и молодежных СМИ Свердловской области. Ее проведение поддержали Департамент «Факультет журналистики» УрФУ, Свердловский творческий союз журналистов, и, что особенно важно, Министерство образования и молодежной политики СО. Она проходила в феврале-апреле 2022 г. дистанционно, нужно было заполнить анкету, пройдя по ссылке [2].

Всего в Переписи приняли участие 303 объединения — это школы, учреждения дополнительного образования, учреждения культуры, частные кружки, молодежные приложения к официальным городским и районным СМИ. Они представляют 125 населенных пунктов Свердловской области, при этом большая часть редакций находится в различных городах области — 222 (74%), в остальных населенных пунктах — деревнях, селах, поселках — существует 81 (26%) медиаобъединение. Больше всего редакций — 198 — занимаются ведением официальных групп в социальных сетях; 197 указали, что постоянно создают фото-контент, 155 редакций выпускают печатные издания; 120 команд готовят телевизионные медийные продукты. Многие юнкорские объединения работают одновременно в нескольких форматах.

Анализируя эти цифры, можно отметить, что медийные процессы, если говорить о создании подростками контента для СМИ, в регионе достаточно активны. Однако они не получили настолько широкого распространения, как хотелось бы. В Свердловской области около 1100 общеобразовательных школ (дневных), не считая учреждений дополнительного образования. И существование медийных объединений только примерно в трети из всего количества школ — это явно недостаточно. Есть надежда, что упомянутый выше проект «Медиаобразование» Министерства просвещения РФ, дополняя уже обновленный ФГОС, будет включать, в числе прочего, и курсы по основам создания медиапродуктов для СМИ. Главная проблема в том, что это потребует дополнительной подготовки большого количества

медиапедагогов, точнее, получения базовых знаний по журналистике школьными учителями по различным предметам, которые по заданию администрации или по собственному желанию занимаются с ребятами медийной деятельностью. Но, думается, что возможные затраты в данной сфере многократно окупятся повышением общего уровня медиаграмотности школьников и педагогов — и в плане создания достойного контента о деятельности любого образовательного учреждения, и в плане развития критического восприятия информации, поступающей по различным медиаканалам.

### Литература

1. Занина Е. Н. Медиаграмотность как основа медиаобразования в цифровую эпоху Е. Н. Занина // Журналистика в 2022 г.: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. — Москва: Фак. журн. МГУ, 2023. — С. 415–417.

2. Карта и анализ школьных СМИ Свердловской области // Союз юнкоров Свердловской области. — Текст: электронный // URL: <http://uncor-ural.ru/kartasmioblasti> (дата обращения: 18.10.2022).

3. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования: приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 31.05.2021 № 287: зарегистрирован 05.07.2021 г. № 64101. — Текст : непосредственный.

4. Фатеева И. А. Поможет ли новый ФГОС общего образования развитию массового медиаобразования в России / И. А. Фатеева. — Текст: электронный // MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы. — Челябинск, 2022. — С. 124–129. — URL: [https://www.csu.ru/scientificdepartments/Documents/MEDIAEducation\\_Proceedings\\_2022.pdf](https://www.csu.ru/scientificdepartments/Documents/MEDIAEducation_Proceedings_2022.pdf) (дата обращения: 18.10.2022).