

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет»

Факультет журналистики

MEDIAОБРАЗОВАНИЕ

*Материалы
Третьей международной научно-практической
конференции*

*Челябинск
27–28 ноября 2018 года*

Челябинск
Издательство Челябинского государственного университета
2018

УДК 37(082)

ББК Ч40я43

М422

Редакционная коллегия:

Вера Владимировна Антропова,
кандидат филологических наук, доцент;

Анна Анатольевна Морозова,
кандидат филологических наук;

Светлана Ивановна Симакова,
кандидат филологических наук, доцент

MEDIAОБРАЗОВАНИЕ : материалы Третьей междунар. науч.-
М422 практ. конф. (Челябинск, 27–28 ноября 2018 г.) / сост. А. А. Мо-
розова ; Челяб. гос. ун-т. — Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та,
2018. — 447 с.

ISBN 978-5-7271-1543-5

В сборнике публикуются материалы докладов, представленных участниками III Международной научно-практической конференции «MEDIAОбразование». Материалы сборника будут полезны представителям массмедийного и педагогического сообщества; всем тем, кто интересуется вопросами медиаграмотности и медиаобразования.

УДК 37.01(082)

ББК Ч40я43

Издается в авторской редакции.

ISBN 978-5-7271-1543-5

© Авторы докладов, 2018

© Челябинский государственный университет, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. История и современное состояние медиаобразования	11
Байбатырова Н. М. Медиаобразование этнических общностей в полиэтничном регионе (на примере Астраханской области).....	11
Ефанов А. А. «И физики, и лирики»: детерминанты современного медиаобразования	14
Полянина А. К. Медиаобразование в системе информационной безопасности	18
Скибина О. М. Социологическое исследование медиаграмотности современного педагога (на примере Оренбургской области).....	21
Федоров А. В., Левицкая А. А. Медийный образ школы в последние годы существования СССР.....	25
Федоров А. В. Массовое медиаобразование в странах СНГ.....	29
Глава 2. Интернет-технологии и концепции продвижения в медиаобразовательной практике	35
Глухов А. П. Особенности культуры виртуальных коммуникаций поколения Z: менеджмент режимов коммуникации	35
Грибан О. Н. Опыт и перспективы продвижения образовательных веб-сайтов в сети Интернет	39
Гуторова Н. А. Особенности общения преподавателя и студента в социальных сетях: этический аспект	43
Загидуллина М. В. Интерактивные образовательные интернет-технологии в медиаэстетическом аспекте	47
Качалова С. М. Использование push-сообщений в рекламе ...	50
Лазуткина Е. В. Мобильные технологии в современном медиаобразовании	54
Морозова А. А. Способы продвижения тематики медиаобразования среди различных категорий населения (на примере работы Учебно-научного центра медиаобразования)	59
Немчинова Е. Ю. Основные способы подачи социальной рекламы в социальной сети ВКонтакте	64

Текутьева И. А. Необходимость информационной дистрибуции в соцсетях для продвижения и популяризации интернет-сайта	69
Фещенко Л. Г. Проблемы структурно-композиционного анализа модульного рекламного текста	74
Хамаганова К. В., Железнова А. А. Брендинг как медиаресурс: культурологический аспект	79
Хохлова К. И. Особенности продвижения медицинских организаций в социальных сетях	84
Шумакова Е. А. Влияние визуального контента на молодежь (на примере сообщества бренда «Мегафон»)	89

Глава 3. Медиаметодики в системе профессионального образования

Васильева М. Г. Арт-терапия в подготовке студентов-журналистов	94
Гужова И. В. Культура сетевых коммуникаций цифрового поколения в контексте современных концепций цифровой грамотности (на материалах онлайн-фокус-группы со студентами)	98
Демчук М. А. Эстетические предпочтения студентов как основа медиаобразовательной модели	103
Изотов В. П. Медиаметодика в системе подготовки журналистов	107
Kiuru K. V. Digital content as a way of managing the student involvement in educational process	110
Лёвкина Е. В. К вопросу об организации инфозон как средства гражданского воспитания студентов в современном вузе	118
Лепина Л. С. Студенческие медиа как инструмент формирования новых компетенций в цифровой среде	124
Месяц В. А. Особенности использования метода наблюдения в научно-исследовательской работе магистрантов по направлению подготовки «Журналистика»	127
Миронова М. А. Инновационные технологии в обучении студентов вуза	131
Нартов П. Ю. Использование инструментов ретроспективного контент-анализа СМИ в рамках развития общеобразовательных навыков студента	135

Попова С. Н. Игра как инструмент создания мотивирующих условий в обучении телевизионных продюсеров	138
Сафонов А. В. Создание художественно-публицистического текста как способ рефлексии начинающего журналиста	141
Симакова С. И. Развитие метакогнитивной креативности студентов-журналистов при изучении инфографики в медиаэстетическом аспекте	145
Смеюха В. В. Профессиональное образование и самообразование специалистов по связям с общественностью в сети Интернет	149
Троянская С. Л., Хазиева Д. Ю. Сравнительное исследование показателей медиакомпетентности у школьников и студентов ...	153
Удлер И. М. Формы работы с литературно-художественным журналом «Иностранная литература» в учебных курсах на факультете журналистики ЧелГУ	157
Федосеева Н. В. Возможности сетевого сообщества в ходе преподавания дисциплин педагогического цикла	161

Глава 4. Медиаобразовательная среда школьной и молодёжной аудитории

Баканов Р. П. «Айда на журфак!»: Опыт профориентационной работы высшей школы журналистики и медиакоммуникаций КФУ	166
Бронникова С. И. Формирование начальных публицистических умений у корреспондентов молодежного издания (на примере редакции «Рост»)	170
Голикова-Пошка Е. В. Основные виды медиатекстов и специфика их воздействия на детей среднего и старшего школьного возраста	174
Елисеева Л. А. Организация спецкурса по журналистике для молодежной аудитории на базе учреждений культуры (на примере опыта работы проекта «Школа журналистики» союза журналистов Новосибирской области и Новосибирской областной юношеской библиотеки)	178
Изотов В. П., Изотова И. В., Изотов В. В. Элективный курс «Начала медиакоммуникаций» в средней школе	181

Исаева А. Б. Образовательная программа «Медиаобразование младших школьников»: особенности реализации, возможные проблемы и перспективы	184
Косарева Р. Т. Каталог школьных средств массовой информации как итог исследования	187
Кузина И. В., Миронычева В. Ф. Информационно-образовательная среда школы как интегрированный ресурс образовательного процесса	191
Куличкина Г. В. Функционирование отечественных детских и молодежных редакций при муниципальной газете	196
Кухаренко Ю. С., Юферева А. С. Социализация молодежи в рамках медиа-проектов (на примере сетевого журнала «FeedBack»)	200
Лебедева С. В. Проблемы развития школьных медиа: концепция и основные цели	203
Маругина Н. И. Организация дискурса современных детских и детско-юношеских журналов в российской системе медиаобразования	207
Масленкова Н. А. Письмо как властная практика в средней школе: от ручки к кейборду	211
Плотникова Е. С. Роль и место медиавоспитания в современной школе	214
Повстьянова К. О., Костина О. В. Профильные смены по журналистике как средство формирования медиакомпетентности у школьников (на примере городской профильной смены по мультимедийной журналистике «Медиалето»)	219
Скворцова Е. О. Специфика работы с юными журналистами (на примере Агентства детской прессы г. Тамбова)	224
Терехова С. А. Роль информационно-образовательной среды в процессе обучения старшеклассников контрольно-экзаменационным стратегиям	227
Уколова Т. В. Потенциал школьного киноклуба в формировании медиакомпетентности старшеклассников	231
Глава 5. Аудиовизуальный формат как вид медиаобразовательной деятельности	235
Дмитрук Т. И. Текст и экранизация: варианты соотношения	235

Журавлева А. А. Зарубежное студенческое радио на современном этапе (на примере радио «Кампус» Варшавского университета)239

Кузьмина М. В., Кузьмин А. И. Медиаобразование детей и подростков в творческой деятельности детско-юношеского и школьного телевидения243

Ларионова Е. Н. Детская школа видеоблогинга Like в Северо-Кавказском федеральном университете248

Марсавина Е. А. Студенческая отечественная радиостанция как медиаобразовательный проект (на примере студенческой радиостанции «RadioMPIE» Московского энергетического института)252

Наумов О. Г., Елистратова О. В., Рыжкина В. А., Рудченко С. К. Videocourse: интерактивность и медиаконтент («Я вижу – я запоминаю...»)256

Панова С. В. Энергия символа в лейтмотиве и дистанционном монтаже кинопроизведения и его воздействие на зрителя262

Пинчук О. В. Videoblogging как формат медиаобразовательной деятельности: теоретический и методологический аспекты267

Сафонов В. И., Аржанова А. А. Реклама дополнительных образовательных услуг ЦМИТ «Мир-3D» с использованием видеотехнологий271

Сидякина А. А. «Рыцари киноискусства»: киноclubное движение в борьбе за нового зрителя (из опыта «Пермской синематеки»)276

Сипко Е. С. Возможности видеохостинга «YouTube» для самообразования бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»280

Сумская А. С., Вахрушева А. С. Становление и особенности развития отечественной автомобильной телевизионной журналистики283

Яшина А. Р. Особенности рекламы в гастрономических передачах на телевидении и в интернет-пространстве288

Глава 6. Интердисциплинарность и медиаобразование ...292

Бондаревская М. А., Антропова В. В. Медиаобразовательный потенциал анализа медатекстов: возможности медиалингвистики292

Будниченко Л. А. Язык медиа и экспрессивная пунктуация (на материале on-line источников)	296
Виноградова К. Е., Дегтярева О. В., Кащук А. А. Психологическая готовность журналиста к профессиональным рискам	300
Гейко Н. Р. Язык переводных СМИ в системе медиаобразования (на материале сайта «ИноСМИ»)	304
Гольдман И. Л. Искусствоведческо-культурологические ориентиры образовательной деятельности в сфере медиакоммуникаций	307
Грошева А. В. Речевое воздействие в «толстых» журналах (на примере журналов «Наш современник» и «Знамя»)	311
Ереженбаева Т. Ж., Сарсембекова У. К. Цифровая таксономия концепта художественного произведения	315
Ибатуллина Ю. Н. Фанфикшн и его жанры как современная литература в медийном пространстве	320
Краммер А. Ю. Курс «История журналистики» – что пользы в нем?	324
Кругляк Е. Е. Социальные медиа как метод современной медиалингводидактики (на примере использования сети Facebook при обучении переводу)	328
Кудрявцева И. И., Томиленко Н. А. Внедрение медиаобразования в современную педагогику: статья как средство передачи медицинской информации при обучении говорению иностранных студентов	332
Питина С. А. Репрезентация языковой политики на постсоветском пространстве в Интернете	336
Подлиняев О. Л., Миндеева С. В. Медиакомпетентность в контексте дисциплины «Математика»	339
Савельева Т. В. Проблемы медиатизации образования (на примере дисциплины «Устное народное творчество»)	343
Селютин А. А. Проблема речевой компетентности отечественных игровых СМИ	347
Стародубова О. Ю. Прецедентный текст в публицистическом дискурсе как механизм реализации аутентичной авторской модальности	352
Суровцева С. И. Исследования темпоральных предлогов как элемент медиаобразовательного аспекта	357

Федоров В. В. Деконструкция нарративных практик официального медиадискурса пользователями социальных сетей как способ проявления активизма	360
Фомина Л. Н. Роль массмедиа в лингвистической подготовке госслужащих (на примере курса «Русский язык и культура речи»)	364
Черепанова Л. Л. Психолингвистические методы в медиаобразовании студентов направления «Журналистика»	369
Шакиров С. М. Литература в формате нарратива (анализ публикаций сервиса персональных рекомендаций Яндекс.Дзен) ...	374
Юздова Л. П. Понятие о кодифицированной и авторской орфографии и пунктуации журналистов	378
Яцевич Е. А. Медиаобразовательный аспект в практике преподавания русского языка как иностранного	382

Глава 7. Современная медиасреда и её воздействие на аудиторию

Арпентьева М. Р., Терентьев А. А. Новые городские медиа и деформации культуры	387
Арсентьева А. Д. Критерии уровня толерантности в публикациях отечественных интернет-изданий	391
Бакеева Д. А. Контент-анализ медиатекстов интернет-СМИ Мордовии: к вопросу о взаимосвязи социальных сетей и онлайн-версий	395
Волокитин Д. Ю. Рубрики и тематические разделы как метод определения вектора развернутой журналистской истории на этапе ее планирования	399
Глазкова С. Н. На лабутенах: карнавализация или инволюция?..	402
Жумаш Ж. М. Рекомендации по использованию новых медиа для повышения лояльности аудитории	406
Зубанова Л. Б. Сетевые проекты как отражение актуального культурного потока	411
Красавина А. В., Артемов И. А. сторителлинг и иммерсия: современные тенденции журналистики	415
Мурзина О. В. Использование социальной сети в работе регионального информационного сайта как способ привлечения аудитории	418

Перминова М. С. Формирование образа мигранта современными СМИ	424
Пустовалов А. В. Соцсети и районки: модели структурирования информационного пространства больших и средних городов Пермского края	428
Пустовалов А. В., Васильева М. Е. Медиапроект «Уличные музыканты Перми»: роль субкультуры в производстве городского пространства	433
Тихонова А. А. Содержательная стратегия lifestyle-журнала Kinfolk	438
Яшина А. А. Медиаобразовательный потенциал визуального компонента материалов интернет-СМИ	442

А. В. Пустовалов, М. Е. Васильева
Пермский государственный национальный
исследовательский университет
Пермь (Россия)

**МЕДИАПРОЕКТ «УЛИЧНЫЕ МУЗЫКАНТЫ ПЕРМИ»:
РОЛЬ СУБКУЛЬТУРЫ
В ПРОИЗВОДСТВЕ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА***

Исследование включает видеосъёмку, а также опрос пермских уличных музыкантов с последующим выявлением их влияния на город и горожан. Медиапроект, использующий созданные в результате опроса материалы о музыкантах (очерки и видео), представляет собой серию публикаций в крупнейшем сообществе Перми «Мой город Пермь», а также – спецпроект в городском интернет-журнале «Звезда». Уличные музыканты рассматриваются как

неотъемлемая часть городского пространства, в производстве которого они активно участвуют.

Ключевые слова: Пермь, уличные музыканты, субкультура, формирование городского пространства.

Городское пространство – это сложный механизм. Безусловно, разнообразные урбанистические процессы влияют на человека и формируют его [1. С. 93], но возможно проследить и обратное влияние.

Помимо физической составляющей города (памятники, улицы, дома), есть еще и люди, которые делают город таким, каким мы привыкли его видеть [2. С. 411]. Кто-то привносит изменения неосознанно, просто находясь в этом городе: например, собирающиеся в группы подростки, бабушки у подъездов на лавочках или дети, бегающие по парку. А кто-то сознательно старается сделать город лучше, живее, интереснее. Например, граффитисты, волонтеры, которые сажают деревья или цветы в парках, уличные музыканты, приносящие в город новые звуки, эмоции, настроения. О последних и пойдет речь в этой работе.

Цель исследования – показать, как уличные музыканты влияют на город, на его жителей и что они получают от своего занятия. Нашим намерением было отразить все наиболее известные места, где они работают, и охватить наиболее репрезентативные фигуры, чтобы подробнее показать пермскую субкультуру. С этой целью был создан список вопросов, с которыми мы обращались к выделенным нами персонам:

1. как музыкант начал играть и когда начал играть на улице?
2. в каких местах города он чаще всего появляется?
3. для какой аудитории играет?
4. что он хочет получить от своей работы?
5. какой эффект от своей музыки он видит?
6. сколько он зарабатывает?
7. репертуар музыканта.

Всего нами было опрошено десять человек: от скрипача до человека с музыкальной коробкой в переходе возле нашего университета.

Все интервьюируемые проявляли интерес к музыке с детства или раннего пубертатного периода – лет с 13–14. Многие вышли

на улицы и начали играть для прохожих, чтобы перестать бояться публики и найти возможность показать собственное творчество.

Все опрошенные играли в разных местах города, но преимущественно в центре. Те, кто работают на набережной Камы, говорят, что это самое лучшее место для того, чтобы там играть. Одних привлекает вода и ее живая энергия, другим нравятся беззаботные прохожие, которые гуляют в погожий день и готовы по достоинству оценить творчество. Двое из опрошенных музыкантов играют в общественном транспорте, аргументируя это тем, что так у них есть время передохнуть, пока они ждут следующий трамвай или идут из одного вагона электрички в другой.

Ровно половина музыкантов, у которых мы брали интервью, сказали, что они были бы готовы работать и без денег, чтобы просто видеть, как их творчество поднимает людям настроение, как под их игру танцуют дети – они, в основном, играют из-за эмоций, которые им дают прохожие. Другая часть опрошенных отвечала, что, если бы не возможность заработка, они бы никогда не играли на улице.

Среди уличных музыкантов можно увидеть таких, кто уже созрел для того, чтобы перейти от «игры на гитаре в переходах» к какому-то новому уровню исполнительского мастерства. Впрочем, некоторые уже совмещают уличные исполнения с концертами в клубах, записями в студиях и иной профессиональной музыкальной работой.

Оказалось, что уличные музыканты получают за свой труд неплохое вознаграждение. Те, кто играет давно и делает это с энтузиазмом, могут сравнительно неплохо зарабатывать. «Одному работать выгоднее», – отметил один из опрошенных. В среднем у начинающих работать на улице за пару часов работы выходит около 600 рублей.

Молодые представители в основном играют отечественный рок: «Кино», «ДДТ», «Ария», «Аквариум» и пр. Те, кто постарше, предпочитают исполнять шансон, а также популярные песни 1970–1990-х годов.

В ходе проведения интервью выяснилось, что уличные музыканты – это отдельная субкультура [4] со своим сленгом: например, гитара среди своих зовется «палкой», «слонами» называют большие наушники, а помощника главного исполнителя, который ходит со шляпой для мелочи, зовут «аскером».

Оказалось, что все уличные музыканты, которые работают не один год, знакомы и даже состоят в дружеских отношениях. У них выработалась даже своеобразная этика профессиональных взаимоотношений. Например, те, кто работают на одной точке, порой делают расписание, чтобы успевать самим и не мешать другим; ребята помоложе готовы уступать место более старшим – тем, кто занимается этим ремеслом уже много лет. Музыканты стараются быть оригинальными в репертуаре, чтобы не повторять своих коллег; они готовы поделиться информацией, куда можно пойти, чтобы послушать те песни, которые нравятся тому или иному слушателю.

Для каждого отдельного героя-музыканта был написан текст, где освещались основные моменты интервью и снято видео, где он играет на своем инструменте, смеется или просто улыбается.

В июне 2018 года шесть текстов были опубликованы на крупнейшей социальной платформе Перми – «Мой город Пермь». Это сообщество в соцсети «ВКонтакте», которое рассказывает о жизни города. Публикации об уличных музыкантах отлично подошли для формата этого СМИ. На сообщество «ВКонтакте», где и были опубликованы интервью, подписано 376,5 тысяч человек (для сравнения: население Перми с пригородами – чуть более миллиона человек). В общей сложности интервью собрали более 116 тысяч просмотров и чуть меньше тысячи лайков.

Также в скором времени мы ожидаем публикацию 10 материалов об уличных музыкантах в пермском городском интернет-журнале «Звезда». Такой контент, как сказал главный редактор «Звезды» Степан Хлопов, хорошо соответствует профилю издания и может быть опубликован как спецпроект: именно в этом жанре журнал рассказывает об интересных явлениях и персонах города.

Люди очень одобрительно отзывались о музыкантах и выражали благодарность, если недавно видели музыкантов за работой. Многие в комментариях писали, что музыка поднимает настроение и делает город счастливее.

Вслед за публикациями о тех музыкантах, о которых писали мы, начали появляться видео и фото других представителей этой работы. Жители города начали больше обращать внимание на тех, кто стоит на улицах с гитарой, отмечая, что их присутствие преображает привычные городские пейзажи, делает их более привлекательными и

для местных жителей, и для случайных прохожих. Очевидно, такая деятельность служит усилению роли таких локаций в качестве «третьего места», где горожане получают дополнительные возможности социализации, коммуникации и пр. [3].

Действительно, наблюдая несколько месяцев за работой уличных музыкантов, можно сделать вывод, что горожане относятся к ним очень одобрительно. Помимо денежного вознаграждения, или «голосования рублем» (на языке героев), прохожие дарят эмоции, улыбки и даже танцы играющим. Значит, уличные музыканты являются частью городской культуры и составляющей городского пространства.

** Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ в рамках проекта № 18-412-590008 р_а «Новые городские медиа в локальном коммуникативном пространстве».*

Список литературы

1. Вирт, Л. Избранные работы по социологии [Текст] / Л. Вирт; пер. с англ. В. Г. Николаева. – М., 2005. – С. 93–118.
2. Лефевр, А. Производство пространства [Текст] / А. Лефевр; пер. с фр. – М.: Streike Press, 2015. – 432 с.
3. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества [Текст] / Р. Ольденбург; пер. с англ. А. Широкаковой. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с.
4. Субкультура [Электронный ресурс] // Википедия. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Субкультура> (дата обращения: 17.09.2018).

*A. V. Pustovalov, M. E. Vasileva
Perm (Russia)*

**MEDIA PROJECT «STREET MUSICIANS OF PERM»:
ROLE OF THE SUBCULTURE
IN URBAN SPACE PRODUCTION**

The study includes video footage, as well as a survey of Perm street musicians with subsequent identification of their influence on the city and townspeople.

The media project, which uses materials about musicians created by survey results (sketches and videos), presents a series of publications in the largest community of Perm «My City Perm», as well as a special project in the city internet magazine «Zvezda».

Street musicians are considered as an integral part of the urban space, in the production of which they are actively involved.

Key words: Perm, street musicians, subculture, production of urban space.

Пустовалов Алексей Васильевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, доцент, ПГНИУ ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет».

theyareeverywhere@gmail.com

Васильева Мария Евгеньевна – студент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, ПГНИУ ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет».

mary.eugenie@gmail.com

Научное издание

MEDIAОБРАЗОВАНИЕ

***Материалы Третьей международной
научно-практической конференции***

Челябинск

27–28 ноября 2018 года

Издается в авторской редакции

Дизайн обложки *Т. В. Ростуновой*

Подписано в печать 21.11.18.

Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 26,0. Уч.-изд. л. 19,3.

Тираж 500 экз. Заказ 507.

Цена договорная

Адрес редакции: Россия, 454084, Челябинск, пр. Победы, 162в.

Тел.: (351) 799-70-30.

Адрес издателя: Россия, 454001, Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129

Отпечатано с оригинал-макета заказчика
в издательстве Челябинского государственного университета
Россия, 454021, Челябинск, ул. Молодогвардейцев, 57б