

МЕДИАКЛАСС КАК НОВАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА: ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ И ПОДХОДЫ

К. В. Марчан, Е. В. Опарина

Московский педагогический государственный университет

Поступила в редакцию 28 января 2025 г.

Аннотация: в статье дается описание одной из форм организации учебного процесса школьного медиаобразования. В современном образовательном пространстве существует актуальный запрос на разработку новых методик и подходов, особенно в части формирования специфических навыков по программам ранней профориентации школьников. Одним из таких направлений является достаточно молодой проект по развитию компетенций в сфере журналистики и медиакоммуникаций — медиакласс.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакласс, медиасреда, медиакомпетенции, медианавыки, медиакоммуникации.

Abstract: the article describes one of the forms of organization of the educational process of school media education. In the modern educational space, there is an urgent demand for the development of new methods and approaches, especially in terms of the formation of specific skills in early career guidance programs for schoolchildren. One of these areas is a fairly young project for the development of competencies in the field of journalism and media communications — mediaclass.

Keywords: media education, media class, media environment, media companies, media skills, media communications.

Медиакласс — это специализированный контур подготовки, в процессе которого школьники получают знания и умения в области медиа. Сегодня такие профильные классы представляют собой инновационную форму организации учебного процесса, в котором сочетаются как элементы традиционного обучения, так и современные технологии, что позволяет нам говорить о них как о важном и эффективном инструменте в системе общего медиаобразования [1]. В рамках проекта используются разнообразные методики и технологии с целью стимулирования активного взаимодействия учащихся с медиаинструментарием, развития их творческого потенциала и приобретения практических навыков в медиасфере.

Обучение в медиаклассах проводится в различных форматах и пространствах, включая школьные кабинеты, лекционные аудитории, студии и медиацентры. Это могут быть практические занятия с использованием специального технического оборудования, исследования по разным направлениям профессиональной деятельности и прикладные проекты под руководством наставников.

В обязательном порядке школьники участвуют в мастер-классах и лекционных семинарах, которые проводят как ведущие медиаспециалисты (практикующие журналисты, теле- и радиоведущие), так и студенты профильных факультетов. Кроме того, учащиеся посещают фото-, теле- и радиостудии, редакции, где применяют полученные знания на прак-

тике. Также в рамках проекта существует обратная связь между учащимися медиаклассов из разных школ: возможно посещение занятий других педагогов и обмен опытом, так называемая программа обмена; участие в общегородских и федеральных конкурсах, фестивалях и других мероприятиях для школьников по тематике медиа, что способствует поддержанию интереса и в какой-то степени развитию целого комьюнити медиаклассников.

Обучение в медиаклассах осуществляется с применением современных образовательных форматов, таких как группы переменного состава, микрогруппы, дистанционная форма обучения.

Рассмотрим некоторые из методов, которые активно применяются на занятиях в медиаклассах:

Проектная деятельность — создание реальных медиапродуктов в различных формах и жанрах, а также планирование и организация собственной работы по сбору и обработке материала и другие активные формы работы.

Кейс-метод — анализ реальных ситуаций из медиаиндустрии, разработка решений и стратегий.

Ролевые игры — симуляция реального процесса производства информации: учащиеся берут на себя роли журналиста, редактора, оператора, продюсера и т.п., что помогает им применять знания в практических ситуациях.

Работа в малых группах — опыт сотрудничества и обмена идеями в небольших мобильных группах; решение задач по созданию медиапродукта в коллективном формате.

Использование мультимедиа — работа с современными техническими средствами для создания медиапродуктов.

Интерактивные лекции и онлайн-платформы — лекции с экспертами отрасли, а также онлайн-ресурсы для обмена опытом и обратной связи.

Экскурсии и практики в медиаорганизациях — посещение медиаорганизаций (редакции, телевизионные студии, радиостанции, издательства, типографии и т.д.) для погружения в профессиональную среду.

Самостоятельные исследования и проекты — подготовка и проведение самостоятельных исследований и создание оригинальных проектов, как итог — представление результатов в виде медиапродуктов, презентаций, в том числе на медиакурсах и фестивалях для школьников.

Рефлексия и обратная связь — формирование умения анализировать свою работу, определять учебные потребности, осознавать собственный прогресс или выявлять причины неудач, а также получать обратную связь от профессионалов, педагогов и сверстников для улучшения своих навыков и результатов.

В целом занятия в медиаклассах направлены на создание стимулирующей и интерактивной образовательной среды, способствующей развитию комплексных медианавыков учащихся, что является одним из ключевых факторов подготовки будущих специалистов. Сегодня некоторые школы развивают собственные медиacentры, чье обеспечение оборудованием порой не уступает в качестве отдельным редакциям и студиям.

Нужно сказать, что учебные планы школьных медиаклассов предусматривают изучение на углубленном уровне таких учебных предметов, как «Русский язык», «Литература», «Иностранный язык», а также освоение двух обязательных практико-ориентированных элективных курсов «Журналистика» и «Технологии медиапроизводства». Изучение гуманитарных предметов позволяет учащимся развивать способность критического анализа текстов, улучшать навыки письма и устной речи, а также более глубоко понимать литературные произведения и события общественной жизни и определять их значение в контексте культуры и социума. В свою очередь, овладение иностранным языком позволяет учащимся расширить коммуникативные возможности, получить доступ к международным источникам информации и контенту, а также успешно взаимодействовать с иностранными партнерами и аудиторией. Отдельного внимания заслуживают практико-ориентированные элективные курсы «Журналистика» и «Технологии медиапроизводства», которые предоставляют учащимся возможность ознакомиться с основными принципами и методами работы в медиаиндустрии,

приобрести практические навыки в создании и редактировании контента, освоить основные инструменты и технологии медиапроизводства [2].

Помимо обязательных курсов, программы специализированных классов могут включать и дополнительные элективные курсы, такие как «Мультимедийная журналистика», «Реклама и маркетинг в медиа», «Социальные медиа и личный брендинг» и др. Включение дополнительных дисциплин может предоставить учащимся больше возможностей для выбора и гибкости в обучении в соответствии с их интересами и потребностями в медиаобласти. Конкретные курсы и их количество могут различаться в разных школах с учетом направленности обучения в медиаклассах.

В рамках проекта дополнительное образование и внеурочная деятельность реализуются совместно с вузами-партнерами. Это позволяет расширить практическое содержание общеобразовательной программы и обеспечить доступ учащимся к материально-технологической базе вузов. Сотрудничество с вузами-партнерами предполагает организацию мастер-классов, лекций и практических занятий, которые проводят медиаспециалисты и преподаватели высшей школы; а также практику студентов факультетов журналистики в школах и подключение их к учебному процессу. Учащиеся получают возможность познакомиться с актуальными методами и современными технологиями в области медиаиндустрии, а также применить полученные знания на практике. Такое партнерство с вузами обеспечивает учащимся более глубокое и практическое понимание принципов деятельности медиаиндустрии, а также подготавливает их к дальнейшему обучению в сфере медиа и коммуникаций [3].

Сегодня медиаклассы представляют собой эффективную форму работы внутри школы. Именно то обстоятельство, что первоначальное знакомство с медиа происходит уже на базе общеобразовательных учреждений, дает повод заявить о переходе к качественно новому уровню подготовки медийно-грамотной аудитории. Здесь мы можем говорить как о новом поколении специалистов в области медиа, так и развитии у школьников критического мышления, творческого подхода к решению профессиональных задач. Интеграция медиаклассов в учебный процесс открывает новые возможности для ребенка и целенаправленно готовит его к жизни в условиях информационного общества и стремительно развивающихся коммуникаций. Таким образом, медиаклассы сегодня становятся отправной точкой медиаобразования, ведь о необходимости развивать его «как часть концепции обучения в течение всей жизни человека» писал известный исследователь А. В. Федоров [4, 67].

Портрет выпускника проекта «Медиакласс в московской школе» представлен в табл. 1.

Таблица 1

Критерии	Описание
Профессиональные навыки и знания	Выпускник обладает глубокими знаниями в области медиаиндустрии, журналистики, медиапроизводства и смежных областей. Владеет навыками работы с современными инструментами и техническим оборудованием.
Креативность и творческий потенциал	Выпускник проявляет творческий подход к работе, способен генерировать оригинальные идеи, находить нестандартные решения и проявлять инновационный подход в сфере медиа.
Аналитический и критический мыслительный подход	Выпускник обладает умением анализировать информацию, критически мыслить, оценивать достоверность медиаконтента, а также применять критический подход к процессу создания медиапроектов.
Научная грамотность и культура речи	Выпускник обладает отличными навыками письменной и устной речи, владеет грамотным и стилистически правильным языком. Способен выступать перед аудиторией и представлять свои идеи с использованием различных медиаформатов.
Коммуникативные навыки	Выпускник обладает отличными коммуникативными навыками, умеет эффективно взаимодействовать с коллегами, общаться с аудиторией и устанавливать контакты с различными стейкхолдерами. Способен работать в команде и сотрудничать с различными специалистами.
Информационная грамотность	Выпускник обладает навыками критической оценки информации, умеет работать с различными источниками, анализировать информацию, а также применять эти навыки для создания качественного медиаконтента.
Культурная грамотность	Выпускник способен анализировать и интерпретировать различные медиаформаты, произведения искусства и медиаконтент, создавать медиапроекты с учетом эстетических и этических принципов и ценностей.
Профессиональная самореализация и гражданская позиция	Выпускник обладает стремлением к профессиональному развитию, способен адаптироваться к изменяющимся требованиям медиаиндустрии и имеет гражданскую позицию. Он готов работать над собственным профессиональным ростом, участвовать в проектах и исследованиях, принимать ответственность за свои действия и сознательно использовать свои медианавыки для формирования позитивных изменений в обществе.
Предпринимательские навыки	Выпускник обладает предпринимательским мышлением и способен применять его в медиасфере. Может инициировать и осуществлять собственные медиапроекты, работать над созданием своего бренда и монетизировать его.
Толерантность и межкультурная компетентность	Выпускник уважает и ценит разнообразие культур, умеет работать в мультикультурной среде, проявляет толерантность и умение учиться и взаимодействовать с людьми разных культур и мировоззрений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бондаренко Е. А. Шаги в медиасреде: о внедрении интегрированного медиаобразования / Е. А. Бондаренко, С. И. Гудилина // Медиа. Информация. Коммуникация. — 2016. — № 19. — Режим доступа: https://mic.org.ru/vyp/19-nomer-2016/shagi-v-mediasrede-o-vnedrenii-integrirovannogo-mediaobrazovaniya/?sphrase_id=116539 (дата обращения: 16.01.2025).
2. Медиакласс в московской школе. — Режим до-

ступа: <https://profil.mos.ru/media/> (дата обращения: 21.01.2025).

3. Баканов Р. В. Профориентационная работа в Высшей школе журналистики и медиакоммуникаций КФУ: опыт, идеи, перспективы / Р. В. Баканов // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — № 1 (31). — С. 12-24.
4. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность / А. В. Федоров. — Таганрог: Кучма, 2004. — 340 с.

Московский педагогический государственный университет

Марчан К. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций им. В. А. Славиной

E-mail: kv.marchan@mpgu.su

Опарина Е. В., кандидат педагогических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций им. В. А. Славиной

E-mail: ev.oparina@mpgu.su

Moscow Pedagogical State University

Marchan K. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Journalism and Media Communications Department of named after V. A. Slavina

E-mail: kv.marchan@mpgu.su

Oparina E. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Journalism and Media Communications Department of named after V. A. Slavina

E-mail: ev.oparina@mpgu.su