

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно–педагогический институт
(наименование института полностью)

Кафедра «Педагогика и методика преподавания»
(наименование)

44.04.02 Психолого–педагогическое образование
(код и наименование направления подготовки)

Педагогика и психология воспитания
(направленность (профиль))

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему: «Формирование медиаграмотности у подростков в процессе
дополнительного образования»

Обучающийся

Н. А. Беляев
(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный руководитель

доктор педагогических наук, профессор И.В. Руденко
(учебная степень(при наличии), ученое звание(при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2022

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические основы формирования медиаграмотности у детей среднего и старшего школьного возраста	8
1.1 Сущность понятия «медиаграмотность» в психолого-педагогической литературе.....	8
1.2 Особенности формирования медиаграмотности у детей среднего и старшего школьного возраста	18
1.3 Дополнительное образование как среда формирования медиаграмотности у подростков	25
Глава 2 Организация и проведение опытно-экспериментальной работы по формированию медиаграмотности у подростков в процессе дополнительного образования.....	33
2.1 Определение уровня медиаграмотности у подростков медиа-группы «Информбюро ICAR» МБОУ ДО «Икар»	33
2.2 Организация работы по формированию медиаграмотности у подростков медиагруппы «Информбюро ICAR» МБОУ ДО «Икар»	39
2.3 Контрольный срез	56
Заключение	63
Список используемой литературы	65
Приложение А Программа медиа-форума «Мой район».....	71
Приложение Б Анкета участника	73

Введение

Анализ рынка креативных индустрий в России показал, что на нынешнем этапе развития существует нехватка квалифицированных творческих специалистов и коммерческих творческих проектов. В пояснительной записке к законопроекту Министерства культуры РФ о креативных индустриях, отмечается, что «в большинстве экономически развитых стран доля людей, создающих товары или услуги, в которых определяющую роль играют результаты творческого труда, достигла 12-15%, а доля в национальных валовых продуктах – 10-20%; в России же объем креативного предпринимательства не превышает 2,5% ВВП, доля занятых в творческих профессиях – 4,5%». В связи с этим стала понятна необходимость формирования большой команды молодых профессионалов в сфере медиаискусства для развития городского медиaprостранства и российского рынка креативных индустрий. Потенциал развития кадров в этом направлении связан с вовлечением школьников к освоению медиатехнологий, формированием у них медиаграмотности, медиакомпетентности и медиакультуры, которые являются тремя уровнями владения информационно-коммуникационными технологиями (медиатехнологиями). Обратимся к сущности понятий в рамках исследования. В «Примерную программу воспитания» с 2021 года входит модуль «Школьные медиа».

Термин «медиаграмотность» понимается как «совокупность навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах медиа, жанрах и формах» (Федоров А.В.) [38].

Целесообразность формирования медиаграмотности у детей среднего и старшего школьного возраста в системе дополнительного образования подтверждают многие современные отечественные (Федоров А.В., Ястребцова Е.Н, Новикова А.А.) [43, 55] и зарубежные исследователи (К. Бээлгэт, Л. Мастерман, Д. Букингэм) [56, 57, 61].

Однако проведенный анализ позволил выявить **недостатки** в том, что в учреждениях школьного и дополнительного образования уделяется недостаточно внимания формированию медиаграмотности ввиду отсутствия программ внеурочной деятельности и дополнительного образования в этой сфере. Изучение педагогической теории и практики по данной проблеме позволило выявить **противоречия** между признанием значимости медиаграмотности у детей и молодежи в личностном развитии и недостаточным методическим оснащением этого процесса в образовательных организациях.

В связи с этим можно сформулировать проблему исследования: каковы формы и методы формирования медиаграмотности у подростков в процессе дополнительного образования?

Объект исследования – процесс формирования медиаграмотности у подростков.

Предмет исследования – содержание, формы и методы формирования медиаграмотности у подростков в процессе дополнительного образования.

Цель исследования – теоретически обосновать и разработать содержание, формы и методы формирования медиаграмотности у подростков в процессе дополнительного образования.

Гипотеза исследования: формирование медиаграмотности у подростков в процессе дополнительного образования будет эффективным, если обоснована и разработана программа дополнительного образования, содержание которой направлено на продуктивную деятельность и предполагает обучение в процессе создания медиаконтента, а формы и методы ориентированы на повышение мотивации обучающихся, на активную практическую и социальную деятельность, а также способствует формированию творческой атмосферы в команде школьной медиа-группы.

Задачи исследования:

1. Проанализировать сущность понятия «медиаграмотность» в психолого-педагогической литературе.

2. Выявить особенности формирования медиаграмотности у детей среднего и старшего школьного возраста.

3. Разработать программу дополнительного образования по формированию медиаграмотности у подростков.

4. Изучить эффективность реализации данной программы в учреждении дополнительного образования на основе разработанного диагностического инструментария.

Теоретико-методологическая основа исследования:

– труды о сущности понятия «медиаграмотность» (Федоров А.В., Новикова А.А.) [39, 22,]

– зарубежные Craggs, С.Е. [59], Buckingham, D [58], Fourie. P.J. [60] и отечественные Каруна И.А. [12, 13, 14, 15, 16], Волков Б.С. [5], Выготский Л.С. [6] исследования о психологических особенностях подростков в аспекте формирования медиаграмотности;

– методические работы Бобровницкой В. Ю. [1], Касаткиной Н.Э. и Брыскиной Е.С. [17] о роли дополнительного образования в развитии подростков.

Методы исследования: изучение и анализ научной литературы в области психологии, педагогики, сравнительный анализ программ, педагогический эксперимент, обобщение экспериментальных данных; анализ собственного педагогического опыта.

База исследования: МБОУ ДО «Икар» г.о. Тольятти

Этапы исследования. Исследование проводилось в несколько этапов.

Первый этап (2020 г.) – аналитический – анализ и обобщение психолого–педагогической литературы по изучаемому вопросу, изучение нормативных документов, определение теоретических положений исследования; проведение срезов с целью выявления состояния исследуемой проблемы.

Второй этап (2021 г.) – основной – создание дополнительной образовательной программы «Информбюро ICAR» по формированию

медиаграмотности у подростков; апробация данной образовательной программы «Информбюро ICAR».

Третий этап (2022 г.) – заключительно-обобщающий – анализ и обработка, систематизация полученных результатов; оценка эффективности.

Научная новизна исследования заключается в систематизации теоретических подходов к понятию «медиаграмотность», теоретическом обосновании программы дополнительного образования по формированию медиаграмотности у подростков.

Теоретическая значимость исследования заключается в систематизации форм и методов работы, обосновании принципов разработки программы дополнительного образования по формированию медиаграмотности у подростков.

Практическая значимость: разработанная программа дополнительного образования может использоваться в практике учреждений дополнительного образования.

Достоверность и надежность полученных данных основывается на результатах современных исследований по теории и методике формирования медиаграмотности у подростков; базируется на фундаментальных исследованиях педагогов, психологов и специалистов по созданию медиаконтента; подтверждается использованием системы методов, отвечающим целям и задачам исследования; проведённым педагогическим экспериментом и его результатами.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялась в процессе их анализа на методических собраниях педагогов учреждений дополнительного образования г.о. Тольятти, на студенческой конференции «Дни науки в ТГУ» (2022, г. Тольятти), в двух публикациях автора.

На защиту выносятся:

1. Дополнительная образовательная программа «Информбюро ICAR» по формированию медиаграмотности у подростков.

2. Продуктивные формы организации практической деятельности по формированию медиаграмотности (создание медиаконтента, медиатекста, репортажа, короткометражного фильма) и методы, направленные на повышение мотивации подростков, активную практическую и социальную деятельность, формирование творческой атмосферы в команде школьной медиа-группы.

3. Диагностический инструментарий оценки уровня сформированности медиаграмотности у подростков, к которому относятся мотивационно-потребностный компонент (осознание роли медиа в современном обществе), когнитивный (знания о медиа, источниках информации, способах представления медийных сообщений и т. д.), деятельностно-поведенческий (поиск, анализ, обработка и создание медиатекстов).

Структура диссертации соответствует логике исследования и состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы из 62 наименований, 9 таблиц и 2 рисунков, 2 приложений.

Глава 1. Теоретические основы формирования медиаграмотности у детей среднего и старшего школьного возраста

1.1 Сущность понятия «медиаграмотность» в психолого-педагогической литературе

Анализ литературы позволяет определить, что в психолого-педагогической науке существуют различные точки зрения на понятие медиаграмотность, и однозначного определения понятия «медиаграмотность» не существует. Синонимичными с этим являются понятия «информационная грамотность», «информационная культура», «информационная компетентность», «медиакультура».

В исследованиях Федорова А.В. «медиаграмотность» определяется как «способность анализировать и синтезировать медийную реальность, сюда же входит способность получать информацию, создавать и оценивать собственные медиатексты, а также способность понимать текущий контекст медийной деятельности» [33, 34, 35, 36, 37, 40].

Этот же исследователь рассматривает информационная грамотность, как «способность получать, анализировать и синтезировать информацию, умение использовать компьютерные и медиа- технологии» [44]. Он же считает, что «информационно грамотный человек знает основы информатики и информационных технологий».

В некоторых официальных документах эти термины часто используются как синонимы. В Декларации о медиаинформационной грамотности, пишет Ю.Н. Хромцова, это понятие трактуется как «набор знаний, установок, навыков и умений, позволяющих получать доступ к информации и знаниям, анализировать, оценивать, использовать, создавать и распространять их с максимальной производительностью в соответствии с правовые и этические стандарты и уважение прав человека. Медиа- и информационно грамотный человек может использовать различные средства,

источники и каналы информации в личной, профессиональной и общественной жизни» [46].

Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации считает медиаграмотность несколько более узкой: она «включает в себя умение пользоваться поисковыми системами и находить нужную и полезную информацию, умение отличать честные и заслуживающие доверия источники информации от недобросовестных, знание систем родительского контроля и умение ими пользоваться. Также пользователи должны понимать, что не стоит размещать ненужную информацию о себе и своих персональных данных в Интернете, чтобы не стать жертвой мошенников и злоумышленников».

Понятие «информационная грамотность» представляется близким по смыслу. Сами по себе словосочетания «работа с информацией», «информационное обучение человека» понятны. Однако, как утверждают исследователи, четко сформулировать определение довольно сложно. Поскольку существует большое количество видов информации (текстовой, визуальной, аудиальной и прочих), много источников информации и различных средств передачи информации (Интернет, письменные и электронные носители, средства массовой информации).

Техника и технологии менялись, а вместе с ними и информационное обучение людей: в разные исторические периоды для обозначения этих явлений использовались разные методики. Н.И. Гендина условно выделяет две основные области терминов и понятий, связанных с различными аспектами информационного обучения человека [7]:

– «информационное обучение, которое включает в себя грамотность в библиотечно-библиографической области, общую культуру чтения, информационную грамотность и культуру, умения и возможности использовать специализированное оборудование в жизни, осведомленность в области информационно-коммуникационных технологий;

– собственно, само медиаобразование».

Итак, в науке нет четкого понимания того, что шире – информационная грамотность или медиаграмотность. Очевидно, следует придерживаться точки зрения, что медиаграмотность рассматривается как более объемное понятие, включающее в себя информационную грамотность.

Медиакомпетентность, как пишет Федоров А.В. – это «результат медиаобразования, уровень медиакультуры, обеспечивающий понимание человеком социокультурного, экономического и политического контекста функционирования СМИ, что указывает на его способность быть носителем и передатчиком медиакультурных вкусов и стандартов, эффективно взаимодействовать с медиaprостранством, создавать новые элементы медиакультуры современного общества» [38]. М.В. Жижина отмечает, что «медиаграмотность и медиакомпетентность сегодня важны практически для всех сфер образования, более того, образование в области СМИ рассматривается как неотъемлемая часть образования современного человека» [9].

Термин «медиакультура» представляет собой совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенную систему их воспроизводства и функционирования в обществе. Доктор культурологии Кириллова Н.В. пишет, что «по отношению к аудитории медиакультура может выступать как система уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, участвовать в медиаобразовании, усваивать новые знания в области медиа» [1]. Аналогичными понятиями являются такие, как «информационная культура», «видеокультура», «аудиовизуальная культура».

Частью медиакультуры являются так называемые «мягкие/гибкие навыки» (англ. – soft skills). Мягкие навыки (гибкие навыки) – набор общих навыков, тесно связанных с личностными качествами, так или иначе, важны в любой профессии. «Навыки критического мышления, решения проблем, публичных выступлений, делового общения, командной работы, цифровой

коммуникации и организации деятельности считаются гибкими, на которые также влияют уровень лидерских качеств, знание трудовой этики, дисциплины и чувство ответственности». Начиная с сентября 2021 года Федеральный государственный образовательный стандарт общего образования нового поколения будет ориентирован на развитие «мягких» навыков, то есть междисциплинарных и коммуникативных навыков.

Результатом владения медиатехнологиями является способность создавать медиапродукты (медиасообщения) – медиаконтент. Медиаконтент, имеющий художественную ценность, называется «медиаискусством». По словам российского искусствоведа Егорова А.С., медиаискусство – это «вид искусства, произведения которого создаются и представляются с помощью современных информационно–коммуникационных (или медиа) технологий. Новое медиа–искусство относится к произведениям искусства, созданным с использованием новых медиа–технологий, включая цифровое искусство, компьютерную графику, компьютерную анимацию, виртуальное искусство, интернет–искусство, интерактивное искусство, видеоигры, компьютерную робототехнику, 3D-печать и искусство как биотехнологию» [19, 51].

Люди обмениваются своими медийными сообщениями в виртуальной среде, называемой «медиапространством». По словам американского исследователя дизайна и медиа Роберта Стултса, медиапространство (то есть пространство, созданное электронными средствами коммуникации) – это «электронная среда, в которой отдельные лица или их группы и другие сообщества могут действовать сообща в одно и то же время. В этом пространстве они могут создать визуальную и звуковую среду, которая влияет на реальное пространство. В нем они могут, соответственно, производить и управлять записью и воспроизведением изображений и звука, а также доступом к ним» [24, 25, 26, 27, 62].

Другим схожим понятием является «информационная культура», которая рассматривается Н.И. Гендиной как «совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и навыков,

обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционной, так и новой информации, и технологий» [7]. В данном аспекте информационная культура выступает как часть общей культуры человека.

В научной среде также используются и другие определения, относящиеся к теме медиаграмотности. В словорях представлены следующие понятия: видеокультура, аудиовизуальная (визуальная) грамотность, визуальная культура, медиакультура, фотографическая культура, экранная культура (кинокультура), медиакультура и другие. В контексте данной исследовательской работы эти определения следует рассматривать как часть общей концепции «медиаграмотности».

В одном из словарей, под редакцией А. В. Федорова, выделяются пять различных определений самого понятия «медиаграмотность». Давайте рассмотрим их особенности. Медиаграмотность – это:

- «результат медиаобразования, изучения медиа; способность экспериментировать, интерпретировать/анализировать и создавать медиатексты;
- обладание развитой способностью воспринимать, создавать, анализировать, оценивать медиатексты, понимать социокультурный и политический контекст функционирования СМИ в современном мире, код и системы представления, используемые СМИ» [38];
- результат медиаобразовательного процесса;
- знания, умения, навыки в использовании, анализе, оценке медиатекстов, умение передавать информацию;
- умение использовать свои навыки и способности в жизни при анализе медийной реальности.

Как видно из сравнительного анализа, понятия «медиаобразование» и «медиаграмотность» смешаны, но в основном автор говорит о способностях и навыках человека в области владения, обработки и передачи информации.

Наиболее точным определением в контексте данной исследовательской работы является мнение Н.В. Чичериной, которая представляет медиаграмотность как «способность адекватно взаимодействовать с потоками медиаинформации в глобальном информационном пространстве» [47]. Это понятие включает в себя способность искать информацию, анализировать, критически оценивать и создавать медиатексты. Из этого следует, что медиаграмотность основывается на результатах изучения медиа и медиаобразования.

Исходя из вышеизложенного, можно создать идеальный портрет медиаграмотного человека. Он должен понимать, как средства массовой информации влияют на отдельных людей и группы людей в целом, как происходит процесс массовой коммуникации [31, 48, 50]. Кроме того, он должен обладать способностью анализировать и обсуждать медиатексты, то есть он сам должен понимать контекст информационных сообщений из источников СМИ. Также этот человек должен обладать навыками и умениями самостоятельно создавать медиатексты [52, 53].

Исследователь Н.В. Чичерина определяет «четыре структурных и содержательных компонента медиаграмотности: мотивационный, когнитивный, поведенческий и ценностно-смысловой. Далее рассмотрим их содержание.

Мотивационный компонент заключается в осознании студентами важности и задач средств массовой информации и коммуникации в жизни общества и каждого отдельного человека в нем. Также стоит поговорить о формировании целостных представлений о себе в контексте современной медиакультуры, то есть о самопознании и самовосприятии. Кроме того, мотивационная составляющая включает в себя понимание собственных информационных и коммуникационных потребностей, а также рост

интеллектуальных возможностей в процессе взаимодействия с медиатекстами» [47].

Когнитивный компонент подразумевает владение знаниями, необходимыми для изучения медийной информации. Исследователь Н.В. Чичерина выделяет «4 понятия (процесс, контекст, медиатекст и медийные презентации) в рамках этого компонента содержания медиаграмотности:

- понятие «процесс» предполагает знания о роли и функциях СМИ в современном мире; об отличительных характеристиках различных СМИ и их коммуникационных стратегиях; о вопросах собственности и экономических интересах в медиаиндустрии; о процессе создания медиатекста и влиянии средств массовой информации;

- понятие «контекст» предполагает овладение знаниями об исторической и культурной составляющей создания и функционирования СМИ;

- понятие «медиатекст» рассматривает знания о типах и жанрах текстов, теме и тематике медиатекста; авторах и аудиториях медиатекста; структуре повествования; вербальных, слуховых, визуальных, графических, мультимедийных средствах и методах передачи смысла и значения; наличие или отсутствие стереотипных представлений;

- понятие «медийная репрезентация» предполагает овладение знаниями об отношении медиатекста к реальному миру; определение позиции автора; формирование стереотипов в текстах СМИ» [47].

Поведенческий компонент включает в себя систему навыков и умений для адекватной обработки медиатекстов в самых разных ситуациях. Это включает в себя возможность поиска необходимой информации в различных источниках: нужно уметь находить ее и выбирать из различных типов медиатекстов, получать доступ; сохранять медиатекстовую информацию и проводить анализ (определять тему, тематику, тип, жанр, целевую аудиторию медиатекста, основные функции, выделять главное в содержании, определять

структурную организацию текста, исследовать контексты различных сфер общественной жизни при создании и восприятии медиатекста) [49, 50].

Кроме того, важно критически оценивать содержание медиатекста: интерпретировать его через призму личного опыта, исходя из собственных ценностей, установок, мировоззрения, приобретенных знаний; уметь делать предположения о последствиях различных ситуаций.

Поведенческий компонент также включает в себя умение творчески преподносить информацию: создавать новый медиатекст, эффективно использовать вербальные, слуховые, визуальные, графические, мультимедийные средства и способы передачи информации, привлекать и удерживать внимание получателей сообщения.

Ценностно-смысловой компонент формируется на основе самосознания по отношению к медийной реальности [18]. Здесь скрыт философский подтекст, потому что медийная среда одновременно создается человеком и для него. В то же время получатели медиатекстов, независимо от мнения авторов, конструируют их смысл и значение.

В программах ЮНЕСКО структура медиаграмотности рассматривается несколько иначе [21, 28, 30]. В основном делается акцент на реальном использовании навыков работы с информацией и медиа-поток в реальной жизни, для развития современного общества. Таким образом, в критериях медиаграмотности программы ЮНЕСКО выделяют «понимание человеком значения и функций средств массовой информации, условий, при которых средства массовой коммуникации могут в полной мере выполнять свои функции; способность давать объективную оценку содержанию средств массовой информации; умение взаимодействовать со средствами массовой информации, что также дает платформу для самовыражения и участия в демократических процессах; помимо прочего, необходимо обладать навыками, необходимыми для создания собственных медиа-материалов, и эти навыки должны соответствовать современным требованиям и технологиям» (Богомолова Н.Н.) [2, 29].

Е. А. Бондаренко рассматривает проблему обучения медиаграмотности в российских школах. Она отмечает 5 направлений, где необходимо провести работу по формированию медиаграмотности [3]:

- «поддержание безопасности личного информационного пространства (умение ориентироваться в пространстве медиа-информации, грамотно осуществлять поиск, защищаться от вирусов и другие способности, связанные с безопасностью);

- способность учащихся грамотно ориентироваться в медиасреде (умение составлять поисковые запросы, отбирать факты, сохранять и преобразовывать информацию в соответствии с заданными параметрами, а также осознание необходимости получения новой информации);

- область критического понимания медиатекстов, умения их интерпретировать (умение понимать информацию, поиск скрытого смысла и понимание контекста, умение выстраивать собственное отношение к полученной информации);

- направление медиаобразования (создание медиатекстов, реализация независимых медиапроектов);

- этика поведения в медиaprостранстве (знание правил общения, умение понимать направление медиатизированного диалога; степень активности в реализации собственных идей в медиaprостранстве, как на локальном (например, школьном) уровне, так и во всемирной паутине».

Таким образом, мы определили понятие «медиаграмотность», как способность индивида эффективно взаимодействовать с информацией в глобализирующемся мире, то есть искать, анализировать, критически оценивать и обрабатывать, а также создавать медийные сообщения во всем их многообразии форм. Также даны содержательные части феномена:

- мотивационная (осознание роли МЕДИА в современном обществе);

- когнитивная (знания о МЕДИА, источниках информации, способах представления медийных сообщений и т. д.);

- поведенческая (поиск, анализ, обработка и создание медиатекстов) и ценностно-семантические компоненты.

В рамках данной работы мы делаем упор на направление в медиаграмотности, которое отвечает за создание медиаконтента, и чаще подразумеваем в нашем исследовании под медиаграмотностью систему знаний и навыков, благодаря которым можно создавать качественные медиапродукты, потому что мы считаем, что наработать какие-либо навыки можно только погрузившись в практику.

1.2 Особенности формирования медиаграмотности у детей среднего и старшего школьного возраста

В российской психологической науке занимают важное место исследования тех изменений, которые происходят в психике под влиянием погружения в информационную среду [2, 6, 11] и др. После анализа результатов данных исследований было выявлено, что разная степень погруженности подростков в Интернет-среду проявляется в особенностях выполнения интеллектуальных задач, которые обеспечивает тест Р. Амтхауэра.

Ссылаясь на ряд теоретических и экспериментальных работ, связанных с изучением особенностей трансформации психических процессов и функций под воздействием компьютеров, А. Е. Войскунский отмечает, что «в условиях информатизации структура высших психических функций развивается и обогащается за счет необходимости не только работать со знаковыми системами, но и изучить технологии их применения» [4]. Большое количество работ по этому направлению представляют результаты изучения влияния Интернета на мышление с точки зрения стилистических особенностей и феномена «клипового мышления» и другие.

Были проведены исследования влияния интернет-активности на интеллектуальное развитие ребенка. Г. У. Солдатова и А. Е. Вишнева

отмечают, что «дети со средней пользовательской активностью имеют самые высокие показатели развития когнитивных функций» [10]. Ряд исследований посвящен влиянию интернет-активности на развитие когнитивных процессов в подростковом возрасте [2, 54] и др.

А.В. Кузнецова исследовала когнитивные способности интернет-активных школьников в возрасте 14-16 лет, а также влияние длительной систематической деятельности, опосредованной интернет-ресурсами, на их эффективность и качественную оригинальность. Исследование показало, что мышление, внимание и мнемические способности интернет-активных школьников в возрасте 14-16 лет более эффективны, чем у их сверстников, не имеющих опыта работы в Интернете.

В то же время исследователи Л.А. Регуш, Е.В. Алексеева, О.Р. Веретина, А.В. Орлова и Ю.С. Пежемская отмечают, что «длительное систематическое использование интернет-ресурсов (от 1,5 лет и выше) характеризуется тенденцией к снижению их эффективности, проявляющейся в увеличении числа школьников с более низкими показателями интеллектуального развития.

Основными целями исследования, представленного в статье, были:

- определение особенностей мышления подростков в возрасте 12-16 лет;
- изучение степени и специфики погружения подростков в интернет-среду;
- сравнительный анализ особенностей мышления групп подростков, глубоко и слабо погруженных в интернет-среду.

В ходе эмпирического исследования были использованы тест Р. Амтхауэра и авторская методика «Индекс погружения в интернет-среду». Для анализа полученных данных использовались методы описательной статистики, сравнительного анализа (критерии Манна-Уитни и хи-квадрат, коэффициент корреляции Пирсона) и дисперсионного анализа» [7].

Индекс погружения в применяемую методологию отражает общий балл, который респондент получает при ответе на вопросы, сгруппированные по 3 шкалам: цифровая компетентность, цифровое потребление, а также мотивация и эмоционально–ценностное отношение к интернет-среде.

Результаты решения первой задачи исследования показали «изменение характеристик мышления подростков за последние 30 лет в сторону улучшения вербального и образного компонентов при одновременном снижении продуктивности практического математического мышления» [8].

В процессе решения второй задачи выявлена «значительная степень погружения подростков и интернет-среды (46% пользуются Интернетом каждый день, а 51% указывают, что «живут в Интернете») при качественном разнообразии его использования» [11].

Давайте рассмотрим основные проблемы, связанные с возрастными особенностями подростков и эффективными методами организации образовательного процесса по формированию медиаграмотности.

В ходе исследования Н. Э. Касаткиной и Е. С. Брыксиной были выявлены «основные возрастные особенности подростков. На основе проведенного исследования были предложены педагогические методы, направленные на повышение уровня мотивации школьников. В качестве педагогических методов использовались дидактические игры, организация внеклассных мероприятий разного возраста» [17].

Предлагаемые педагогические методы позволяют эффективно решать проблему организации образовательного процесса подростков с учетом возрастных особенностей.

Учет возрастных особенностей является одним из основополагающих педагогических принципов. Опираясь на него, учителя распределяют нагрузку для школьников, координируют распорядок дня.

Актуальность заявленной темы обусловлена: во-первых, необходимостью учета возрастных особенностей учащегося, для грамотного построения образовательного процесса, а во-вторых, необходимостью

инноваций в процессе воспитания и обучения с целью повышения эффективности преподавания.

Детство обычно делится на периоды, характеризующиеся качественным своеобразием психофизиологических признаков в определенном возрасте:

- «младенец – от рождения до 1 года, и он специально выделен
- первый месяц – это период новорожденности;
- дошкольный возраст – от 1 до 3 лет;
- дошкольный возраст – от 3 до 7 лет;
- младший школьный возраст – от 7 до 11–12 лет;
- средний школьный возраст (подростковый) – от 12 до 15 лет;
- старший школьный возраст (молодежь) – от 15 до 18 лет.

Определение границ этих периодов является условным, поскольку в этом отношении существует большая вариативность» [17].

В работе Н. Э. Касаткиной и Е. С. Брыксиной предметом исследования стал «средний школьный возраст, который, как известно, характеризуется своей избирательностью. Подросток находится на рубеже веков. Он уже не в детстве, но еще не вступил в юность. Сама граница ситуации нестабильна, что влечет за собой множество противоречий и трудностей. То, что мотивировало студента активно учиться и узнавать новое, уже не актуально, а долгосрочные перспективы пока недоступны. Нагрузка на подростка увеличивается, изучаемых предметов становится все больше, растет коллектив преподавателей. Соответственно, растут и требования к студенту. Эти факторы могут способствовать отчуждению ребенка от познавательного процесса» [17].

В исследованиях Н. Э. Касаткиной и Е. С. Брыксиной отмечается, что «страсть – одна из черт, характерных для этого возраста. Подросток в этот период очень активен во внеклассных мероприятиях. У него есть много интересных дел, которые нужно сделать для него, что оставляет мало времени для подготовки к образовательным мероприятиям. Это, конечно,

вредит обучению и воспитанию. В этот период подросток все чаще задает вопросы. Он больше не принимает на веру знания, которые дает ему учитель, и требует объяснений. Его интересует глубина вопроса, что свидетельствует, с одной стороны, об энтузиазме, с другой – о неспособности воспринимать теоретический материал, который он интерпретирует с точки зрения своих практических узких целей» [17].

Н. Э. Касаткина и Е. С. Брыксина пишут, что их исследование показало, что «в школьном образовании академические предметы начинают выступать в качестве особой области теоретических знаний для подростков. Они знакомятся с большим количеством фактов, готовы говорить о них или даже выступать с короткими сообщениями на занятиях. Однако подростков начинают интересовать не сами факты, а их суть, причины их возникновения, но проникновение в суть не всегда отличается глубиной. Образы и представления продолжают занимать большое место в умственной деятельности подростка. Часто детали, мелкие факты, детали мешают выделить главное, существенное и сделать необходимые обобщения. У подростков, как и у младших школьников, отношение скорее к запоминанию материала, чем к обдумыванию и глубокому осмыслению» [17].

Как отмечает Л. С. Выготский, формирование идеала характерно для подростков. «Идеал для подростка – это образ, которому школьник стремится подражать как внешне, так и внутренне. Чаще всего это герой из какого-нибудь фильма, реже – реальный человек. Это связано с тем, что, несмотря на взросление, подросток продолжает жить в иллюзорном придуманном мире, что может привести к закрытости и отчуждению» [17].

Далее, в работе Н. Э. Касаткиной и Е. С. Брыксиной отмечается, что «на эмоционально-волевом фронте подросток проявляет себя бурно и страстно. За малейшей критикой или замечанием может последовать очень эмоционально негативная реакция. Раздражительность, недоверие и слабость самоконтроля сопровождают подростковый возраст. У одних она проявляется ярче, у других слабее. Это приводит к фрагментированным

действиям. Но, с другой стороны, если какое-то занятие вызывает у ученика бурные положительные эмоции, то он может заниматься этим занятием в течение длительного времени и концентрироваться. Самостоятельность в этом возрасте очень хорошо развита, ученик на уроке часто пытается сделать это сам, а не списывать с доски, старается понять и запомнить не только алгоритм действий, но и выяснить причину, почему этот алгоритм организован именно так, а не иначе» [17].

Затем Н. Э. Касаткина и Е. С. Брыксина отмечают, что «дружба в подростковом возрасте носит более длительный характер, который может длиться всю жизнь. У подростков начинают формироваться относительно устойчивые и независимые от случайных влияний моральные взгляды, суждения, оценки, убеждения. Более того, в тех случаях, когда моральные требования и оценки студенчества не совпадают с требованиями взрослых, подростки часто следуют морали, принятой в их среде, а не морали взрослых. У подростков есть своя система требований и норм, и они могут настойчиво отстаивать их, не опасаясь осуждения и наказания со стороны взрослых. Этим, вероятно, объясняется сохранение некоторых моральных установок, которые существуют среди школьников из года в год. Они почти не поддаются педагогическому воздействию, например, осуждение тех учеников, которые не дают или не хотят, чтобы им подсказывали на уроке, и вполне добродушное, даже поощряющее отношение по отношению к тем, кто списывает и использует подсказку. Но в то же время мораль подростка все еще недостаточно стабильна и может измениться под влиянием общественного мнения его товарищей. Это особенно заметно, когда ученик переходит из одного класса в другой, где существуют разные традиции, требования и общественное мнение, которое он принимает» [17].

Н. Э. Касаткина и Е. С. Брыксина отводят «важное место организации учебных и внеклассных мероприятий. Кружки, клубы, группы и т.д., которые формируются в соответствии с интересами, помогают учителям направить энергию подростка в полезное русло. Более того, организация такого

сообщества относится к другому возрасту, что привносит разнообразие и инновации в общение между детьми. В такой группе подросток может примерить на себя роль наставника, друга, ученика и открыть для себя новые ощущения и впечатления, которые помогут удержать внимание ученика. Попадая в разновозрастную группу, подросток видит, к чему он действительно может стремиться, понимает, что, если это делают другие ученики, значит, он сам может этого добиться сейчас, или, когда немного постарается. У подростка появляется стимул действовать, его деятельность начинает быть целенаправленной. Если сообщество организовано на основе углубленного изучения какого-то школьного предмета, то всегда наблюдается повышение успеваемости по этому предмету. Часто возникает цепная реакция, и подросток начинает подтягивать другие дисциплины, так сказать, на соответствие. Дети тянутся к старшим, учатся у них, перенимают правила поведения, способы разрешения конфликтов, а также, конечно, хотят повторить то, что делают старшие – например, их интересует более сложный материал. Старшие, объясняя что-то младшим, сами лучше понимают суть излагаемого, кроме того, они тренируются передавать свои мысли, развивая при этом речь, терпение и умение объяснять» [17].

Однако Н. Э. Касаткина и Е. С. Брыксина добавляют, что «также полезно находиться в другой возрастной группе с точки зрения эмоционального фона. Роль учителя в таком сообществе часто сводится к организационной, а не управленческой. А это значит, что подросток не будет чувствовать давления авторитета учителя, навязывания учительского мнения и суждения. В такой группе подросток чувствует себя свободным и раскованным, что способствует развитию творческих способностей. Свобода мысли и неприятие авторитета признанных ученых и исследователей часто осуждаются учителями. Страх получить плохую отметку заставляет подростка держать свое мнение при себе, что недопустимо. Талантливые и одаренные дети часто страдают застенчивостью, которая не дает им возможности отстаивать свое мнение, доказывать правильность своих

суждений. Разновозрастная группа, организованная во внеклассных мероприятиях, – отличное решение для полета фантазии таких детей» [17].

Таким образом, наше исследование позволило нам выявить некоторые черты характерные для подросткового возраста: избирательность деятельности; увлеченность; независимость; сильное влияние общественного мнения коллектива; слабость самоконтроля; подражание; изоляция; трудности применения теоретических знаний на практике; мобильность и др.

1.3. Дополнительное образование как среда формирования медиаграмотности у подростков

По словам президента факультета журналистики МГУ Я. Н. Засурского, «наступление эры информационного общества и глобальное развитие средств массовой коммуникации предполагает необходимость для каждого современного человека иметь представление об основных аспектах производства и функционирования средств массовой информации. Знание механизма телевидения, радиовещания и других средств массовой информации становится жизненной необходимостью для современного гражданина» [8]. Это особенно актуально для молодежи, потому что, как вы знаете, будущее за ними. Именно поэтому в современной педагогике родилась идея и концепция медиаобразования как важного компонента общего, дополнительного и профессионального образования.

За основу в дополнительном образовании принято определение ЮНЕСКО: «Медиаобразование – это направление в образовании с помощью и на материале средств массовой коммуникации (СМИ), с целью формирования культуры общения со средствами массовой информации, развития творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, навыков интерпретации, анализа и оценки медиатекстов; обучение различным формам самовыражения с использованием медиатехнологий» [23].

Бобровницкая В.Ю. в своей статье про опыт формирования медиаграмотности в системе дополнительного образования пишет, что «предметом медиаобразования является умение обращаться с медиатекстами (печатными, устными, визуальными, аудиовизуальными) и средствами коммуникации, которые их транслируют.

Формирование знаний о современных средствах массовой информации и умение работать с ними, умение адекватно воспринимать медийную информацию становится важной частью всестороннего образования подростков и молодежи. В процессе медиаобразования формируется медиакультура современного человека, которая включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия. Есть способность понимать и анализировать печатные, устные, аудио- и визуальные медиатексты и свободно ориентироваться в современных средствах коммуникации.

В этом контексте медиаобразование – это развитие личности с точки зрения ее способности воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, усваивать новые знания в области медиа, заниматься творчеством на стыке технологий и живого слова» [1].

Известный российский теоретик медиаобразования А. Б. Федоров рассматривает педагогическую деятельность в этом направлении как «целенаправленные и систематические действия, направленные на удовлетворение образовательных потребностей, порождаемых фактом существования средств массовой информации» [41, 42]. Другими словами, это организованный и устойчивый процесс обучения как производству средств массовой информации, так и их грамотному использованию.

Он также выделяет актуальные направления медиаобразования в России: «1) медиаобразование будущих специалистов в области социально-культурной деятельности; 2) медиаобразование будущих учителей и воспитателей в процессе профессионального развития; 3) медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов; 4) медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах; 5)

дистанционное образование с помощью прессы, б) независимое непрерывное медиаобразование» [45].

Далее, делаясь опытом, Бобровницкая В.Ю. пишет, что «задача развития современного медиаобразования широко ставится учеными и затрагивает все сферы работы как со взрослыми, так и с молодежью. Дополнительное образование детей в этом списке возникает не случайно, поскольку его специфика и цель заключается в развитии общей культуры подрастающего поколения, в том числе медиакультуры. Поэтому остро стоит вопрос разработки дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ, создающих условия для включения подростков и молодежи в процессы восприятия и создания медиапродуктов, развития навыков восприятия информации и умения свободно обращаться с информационными потоками в ходе самостоятельной творческой деятельности. Такие программы могут эффективно способствовать решению проблем медиаобразования старшеклассников средствами дополнительного образования» [1].

С этих позиций центр детского творчества «Россияне» г. Ярославль разработал дополнительную общеобразовательную общеразвивающую программу «Журналистика в современном мире», которая, как отмечает Бобровницкая В.Ю., «является одним из вариантов решения проблем вовлечения старшеклассников в процессы обучения в рамках дополнительного образования по восприятию и созданию медийной продукции, развитие навыков критической оценки информации и умения свободно обращаться с ней» [1].

Формирование медиакультуры старшеклассников через их знакомство с деятельностью современных средств массовой информации и создание собственных медиапродуктов является целью этой дополнительной программы общего развития.

Далее, Бобровницкая В.Ю. пишет, что «в ходе реализации программы решается несколько задач:

- расширить понимание студентами теории и терминологии, языка и форм массовой коммуникации;
- обучать практическим навыкам создания журналистских текстов в различных форматах и типах медиапродуктов;
- развивать творческий потенциал учащихся, индивидуальное и критическое мышление, умение анализировать различные медиатексты, а также стимулировать социальную активность учащихся;
- активизировать стремление студентов к самообразованию в этой области и возможному самоопределению;
- создать психологически комфортную атмосферу, способствующую активизации творческого мышления и социальной активности учащихся» [1].

Бобровницкая В.Ю. отмечает, что «программа направлена на развитие у обучающихся навыков ответственной, творческой и критической адаптации к информационному обществу и овладения различными формами творческого самовыражения с помощью современных коммуникационных технологий. Он рассчитан на 3 года и ориентирован на студентов в возрасте 14-18 лет. Основные разделы программы отражают весь спектр современного медиаобразования. Это теория и практика журналистики; Интернет как вид современных СМИ; основы деятельности журналиста в СМИ; реклама в работе СМИ; фотожурналистика; функционирование СМИ в современном мире; медиасистема – каналы, типы, модели; работа над медиа-проектом» [1].

В связи с этим дополнительная программа «Журналистика в современном мире» реализуется в МОУ ДО Центр детского творчества «Россияне» по нескольким направлениям, каждое из которых решает определенные задачи формирования медиакультуры обучающихся.

Первое направление – информативное и информационное.

Бобровницкая В.Ю. пишет, что «оно включает в себя овладение студентами основами журналистской деятельности в различных видах средств массовой информации, а также знакомство с социальным назначением журналистики, технологией, этикой и психологией

журналистской деятельности. Кроме того, студенты могут познакомиться со спецификой работы журналиста и теорией журналистики, с широкими творческими возможностями, предоставляемыми современными коммуникационными технологиями» [1].

«Место журналистики в современном обществе, история развития массовых коммуникаций, особенности профессии журналиста, основы журналистики, мультимедиа в работе журналиста и специфика интернет-журналистики – эти и многие другие темы поднимаются на занятиях во время работы в этой области программы» - отмечает Бобровницкая В.Ю [1].

С помощью системы бесед, тренингов, упражнений, игровых и творческих заданий, анализа работ и т.д. обучающиеся могут значительно расширить свои представления в области теории и терминологии средств массовой информации, принципов работы, языка и форм массовой коммуникации».

Второе направление – аналитическое и исследовательское.

«Оно направлено, – как пишет Бобровницкая В.Ю., – на формирование у студентов представлений о феномене средств массовой информации в информационном обществе, разнообразии современных средств массовой коммуникации, способах и формах их работы, положительных и отрицательных аспектах их деятельности, значении в общественной жизни и влиянии на массовое сознание» [1].

Это направление работы предусматривает активную деятельность в процессе исследования существующих средств массовой информации и развития личного опыта студентов в интерпретации и понимании содержания современных СМИ.

Бобровницкая В. Ю. отмечает, что «здесь большое внимание уделяется активным и исследовательским методам: групповому и независимому анализу материалов СМИ, дискуссионным дискуссиям, просмотрам и деловым играм, творческим лабораториям и т.д. В ходе освоения этого раздела программы обучающиеся изучают, какие типы средств массовой

информации существуют, как они взаимодействуют с аудиторией, как определяется содержание и выбор средств передачи информации. Большое внимание уделяется изучению современного мира средств массовой информации, в том числе молодежных СМИ и их региона» [1].

Такая работа способствует развитию способности медиавосприятия и критического мышления учащихся, их способности ориентироваться в потоке информации и оценивать качество и достоверность информационных сообщений.

И, наконец, третье направление – творческое и практическое.

«Работа здесь заключается, – как пишет Бобровницкая В.Ю., – в создании условий для приобретения у обучающихся практических навыков самостоятельного создания и публикации медиатекстов в различных форматах. Этому способствует использование технологий проектной деятельности, в частности реализация медиаобразовательных проектов» [1].

Медиаобразовательный проект (медиапроект) понимается как медиаобразовательная деятельность, в определенный период времени направленная на создание конкретного, уникального медиапродукта – газеты, журнала, веб-издания и т.д.

«Приоритетной целью медиапроекта, отмечает Бобровницкая В. Ю., является развитие у студентов способностей к продуктивной самостоятельной творческой деятельности в современной информационной среде. В этом направлении основной упор делается на разработку собственных или коллективных медиапродуктов студентов (в зависимости от года обучения) – издание газеты, разработку и создание страниц на сайте учебного заведения, подготовку фоторепортажей и т.д. Таким образом, студенты практически осваивают способы поиска информации, создания и тиражирования медиатекстов, включая их визуальное оформление» [1].

Таким образом, дополнительное образование является важной средой формирования медиаграмотности молодёжи и задача разработки программ

обучения подростков, отвечающих запросам молодежи, является значимой и актуальной.

Выводы по первой главе

На основе изученной психолого-педагогической литературы был сделан вывод о том, что формирование медиаграмотности у подростков, как психолого-педагогическая проблема, является предметом изучения сравнительно недавно и остаётся необходимость дальнейшего исследования достаточного круга вопросов по организации процесса обучения медиаграмотности детей школьного возраста, разработке и внедрению инновационных средств и технологий в дополнительное образование.

Явно выражена необходимость в разработке современных педагогических методов в процессе формирования медиаграмотности, направленных на эффективное решение проблемы организации образовательного процесса подростков с учетом возрастных особенностей, в которых учитывается избирательность деятельности, увлеченность, независимость, влияние общественного мнения коллектива, слабость самоконтроля, подражание, изоляция, трудности применения теоретических знаний на практике, мобильность и др.

Медиаграмотность, которая предполагает развитие культуры общения со средствами массовой информации, развитие творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, навыков интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, а также обучение различным формам самовыражения с использованием медиатехнологий у детей школьного и старшего школьного возраста, может эффективно формироваться в учреждении дополнительного образования. В системе дополнительного образования существует большое разнообразие форм и методов работы с обучающимися. Однако эти формы и методы не всегда адаптированы к программам, направленным на развитие медиаграмотности.

Эти программы должны быть, как правило, направленными на продуктивную деятельность, в процессе которой обучающиеся создают собственный продукт и получают необходимые знания и умения. Именно такая деятельность будет способствовать активной мотивации к творческой деятельности в области создания медиапродуктов, развивать самостоятельность при решении учебно-творческих задач.

Дополнительное образование является важной средой формирования медиаграмотности молодёжи и задача разработки программ обучения подростков, отвечающих запросам молодежи, является значимой и актуальной.

Глава 2. Организация и проведение опытно-экспериментальной работы по формированию медиаграмотности у подростков в процессе дополнительного образования

2.1. Определение уровня медиаграмотности у подростков медиагруппы «Информбюро ICAR» МБОУ ДО «Икар»

Исследования проходили на базе МБОУ ДО «Икар» в рамках дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы технической направленности «Информбюро ICAR» среди детей в возрасте 12-17 лет.

Цель констатирующего эксперимента: изучить уровень медиаграмотности у подростков.

Были использованы следующие диагностические методики: «Анкета по медиаграмотности» (Беляев Н.А.), «Статья по молодёжной политике» (Беляев Н.А.), «Мой первый видеорепортаж» (Беляев Н.А.), «Мой первый короткометражный фильм».

Обратимся к опытно-экспериментальной работе, началом которой стало составление диагностической карты эксперимента (таблица 1). Медиакомпетентность подростков изучалась как совокупность наличия критериев: когнитивного, мировоззренческо-личностного, мотивационно-потребностного, деятельностно-поведенческого. Каждый критерий предполагал наличие показателей.

В результате исследований было выявлено, что многие представители молодого поколения в целом весьма хорошо ориентируется в современных технологиях и коммуникациях, знают – как устроено медиапроизводство, понимают основы создания медиаконтента, осознают свои знания и способности по созданию медиапродуктов. В приведённой таблице 1 представлены показатели и методики их диагностирования.

Таблица 1 – Диагностическая карта исследования

Критерии	Показатели	Методы исследования
Когнитивный	– знания о том, как устроено медиапроизводство – понимание основ создания медиаконтента – осознают свои знания и способности по созданию медиапродуктов	Методика №1 «Анкета по медиаграмотности» (Беляев Н.А.)
Мировоззренческо–личностный	– ответственное отношение к своей команде и к работе – адекватное и объективное восприятие реальности	Методика №2 «Статья по молодёжной политике» (Беляев Н.А..)
Мотивационно–потребностный	– активная мотивация к творческой деятельности – самостоятельность при решении учебно-творческих задач – развитое трудолюбие	Методика №3 «Мой первый видеорепортаж» (Беляев Н.А.)
Деятельностно–поведенческий	– умение придумывать идеи, решать творческие задачи, создавать медиаконтент – умение презентовать и распространять результаты своего труда – умение анализировать информацию, оценивать результаты своего и чужого творчества	Методика №4 «Мой первый короткометражный фильм»

На этих данных и основывается утверждение, что школьники обладают преимущественно средним уровнем знаний о создании медиаконтентов и медиапроизводстве (таблица 2).

Таблица 2 – Уровень сформированности когнитивного критерия

Уровни сформированности	Количественные результаты
Высокий	15%
Средний	73%
Низкий	12%

В следующем критерии – уровень сформированности мировоззренческо-личностных качеств (таблица 3).

Таблица 3 – Уровень сформированности мировоззренческо–личностного критерия

Уровни сформированности мировоззренческо-личностных качеств	Количественные результаты
Высокий	22%
Средний	55%
Низкий	23%

Как показывает диагностика мотивационно-потребностного критерия, подростки, которые действительно заинтересованы в какой-либо созидательной, творческой, социальной деятельности и активной жизнедеятельности, представлены небольшой группой. У многих подростков существуют проблемы с воспитанием трудолюбия и усидчивости, ответственного отношения к делу, умения работать в команде, самоорганизации (могут сорганизоваться только под чутким контролем старшего наставника). Ребята ещё не всегда проявляют ответственное отношение к работе в команде (таблица 4).

Таблица 4 – Уровень сформированности мотивационно–потребностного критерия

Уровни сформированности мотивационно-потребностных качеств	Количественные результаты
Высокий	5%
Средний	24%
Низкий	71%

Тем не менее, согласно деятельностно–поведенческому критерию, творческое начало присутствует у многих подростков, только они не всегда его реализуют, а если и проявляют, то порой не особо адекватно. Они могут

придумывать много идей, и некоторые идеи действительно интересные и креативные, а некоторые – пошлые, глупые, неоригинальные, безвкусные, невыполнимые. И, зачастую, креативные идеи реализовать труднее, т.к. они более насыщенные по содержанию и сложные по исполнению, поэтому до людей добираются чаще простые творческие продукты (их просто больше), хотя не исключено, что в простоте тоже может быть сокрыта гениальность. Придумать оригинальную идею, воплотить ее в качественный творческий медиапродукт и продвинуть его в массы умеют, к сожалению, совсем немногие. И в таблице 5 наглядно показано это.

Таблица 5 – Уровень сформированности деятельностно-поведенческого критерия

Уровни сформированности деятельностно-поведенческих качеств	Количественные результаты
Высокий	8%
Средний	37%
Низкий	55%

Далее, на втором этапе констатирующего эксперимента нами были разработаны характеристики уровней медиаграмотности у подростков. Их было выделено три: высокий, средний и низкий. Каждый из них характеризовался определенными показателями.

Высокий уровень сформированности медиаграмотности:

- обладает прочными знаниями о медиапроизводстве, понимает основы создания медиаконтента, осознает свои знания и способности по созданию медиапродуктов;
- ответственно относится к своей команде и к работе, адекватно и объективно воспринимает реальность;
- проявляет активность в творческой деятельности, самостоятельно решает учебно-творческие задачи, проявляет трудолюбие;

–умеет придумывать идеи, решать творческие задачи, создавать медиаконтент, умеет презентовать и распространять результаты своего труда, умение анализировать информацию, оценивать результаты своего и чужого творчества.

Средний уровень сформированности медиаграмотности:

–обладает достаточными знаниями о медиапроизводстве, понимает основы создания медиаконтента, осознает свои знания и способности по созданию медиапродуктов;

–не всегда ответственно относится к своей команде и к работе, не всегда адекватно и объективно воспринимает реальность;

–периодически проявляет активность в творческой деятельности, иногда самостоятельно решает учебно-творческие задачи, не всегда проявляет трудолюбие;

–умеет придумывать идеи, создавать медиаконтент, умеет презентовать и распространять результаты своего труда, умение анализировать информацию, оценивать результаты своего и чужого творчества.

Низкий уровень сформированности медиаграмотности:

–обладает недостаточными знаниями о медиапроизводстве, не всегда понимает основы создания медиаконтента;

–не всегда ответственно относится к своей команде и к работе, не всегда адекватно и не объективно воспринимает реальность;

–не проявляет активность в творческой деятельности, в основном выступает в роли исполнителя;

–не умеет презентовать и распространять результаты своего труда, анализировать информацию, оценивать результаты своего и чужого творчества.

Представим результаты в следующей таблице 6.

Таблица 6 – Характеристика уровней медиаграмотности у подростков МБОУ ДО «Икар»

Уровень	Экспериментальная группа	
	чел.	%
Высокий	4	12,5
Средний	17	47,2
Низкий	14	40,3

Таким образом, подростки с интересом занимаются созданием медиаконтента, но не обладают достаточными знаниями и навыками по организации работы творческой команды; знаниями о создании качественного медиаконтента; умеют придумывать идеи и иногда решать творческие задачи, но им не хватает мотивации и ответственности, чтобы доводить медиапроизводственные процессы до видимого результата (готового медиапродукта); испытывают трудности с формулированием и презентацией своих творческих идей. Следовательно, необходимо разработать методическую программу, в рамках которой подростки повысят свой уровень своей медиаграмотности.

2.2. Организация работы по формированию медиаграмотности у подростков медиагруппы «Информбюро ICAR» МБОУ ДО «Икар»

Формирующий эксперимент опытно-экспериментальной работы был направлен на создание медиаконтента для формирования медиаграмотности у учащихся среднего и старшего школьного возраста.

Основу формирующего этапа составила разработанная дополнительная образовательная программа «Информбюро ICAR», соответствующая рекомендациям Министерства образования [32], по медиаискусству с целью повышения уровня медиакультуры (формированию медиакомпетентности), творческой и медийной активности подростков.

Программа «Информбюро ICAR» технической направленности позволяет подросткам выявить их творческий потенциал и научить самым актуальным навыкам в создании медиаконтента. Программа является модифицированной и разработана на основе курса «Кинорежиссура» от «Центра Российского Кино» в Тольятти, автором которой является питерский кинорежиссер Валерий Спирин, а ведущим курса – тольяттинский кинорежиссер Роман Каргаполов. В программе активно используются различные интерактивные, образовательно–развлекательные, игровые формы работы.

Актуальность программы обусловлена документами федерального и регионального значения, а также потребностями современного общества и молодежи. Концепция развития образовательной системы выделяет дополнительное образование как сферу, направленную на развитие личности, способной к творческому саморазвитию. Программа «Информбюро ICAR» отвечает запросам «Примерной программы воспитания» 2021 года по модулю «Школьные медиа», ибо одним из результатов программы будет являться организация медиагрупп на базе школ. Программа соответствует новому поколению Федерального государственного образовательного стандарта, в рамках которого с 2021 учебного года в образовательных программах будет сделан акцент на развитие «soft skills», то есть междисциплинарных и коммуникационных навыков.

Новизна программы заключается в использовании самых трендовых инструментов создания и продвижения медиаконтента, адаптированных под возрастные особенности школьников. Программа реализуется в сотрудничестве с «Центром Российского Кино» в Тольятти, то у подростков есть возможность (после обучения или даже во время обучения) войти в коммерческие проекты киноцентра по созданию видеоконтента и поучаствовать в настоящих киносъемках. Более того, ключевым результатом программы будет молодежный короткометражный фильм, т.е. ребята сразу

смогут применить полученные знания на практике и создать свой первый большой творческий продукт.

Педагогическая целесообразность данной программы заключается в том, что в процессе её реализации учащиеся овладевают навыками, которые направлены на развитие их творческих способностей и раскрытие внутреннего потенциала. Выбранные формы работы способны сформировать умения и развивать способности, которые необходимы каждому, кто хочет идти в ногу со временем: креативное и критическое мышление, быстрый поиск и качественный анализ информации любого вида, создание медиаконтента различных форматов и жанров, эффективная коммуникация посредством мультимедийных технологий, формулирование и донесение своих мыслей через современное аудиовизуальное восприятие. Подобранные методы работы направлены на повышение мотивации учащихся, активную практическую и социальную деятельность, способствует формированию творческой атмосферы в команде школьной медиа-группы.

Каждый модуль программы представляет собой весьма широкий спектр направлений, поэтому в зависимости от потребностей и запросов учащихся содержание программы можно корректировать и делать акценты на нужных знаниях и умениях. Всего таких модуля три. Темы каждого модуля имеют практико-ориентированную направленность и предполагают соответствующие задачам продуктивной деятельности формы и методы работы.

На наш взгляд, наиболее эффективными в этом плане будут мини-лекции, мастер-классы. Они предполагают создание медиаконтента, медиатекста, репортажа, короткометражного фильма. Методы, используемые в работе направлены на повышение мотивации подростков, активную практическую и социальную деятельность, формирование творческой атмосферы в команде школьной медиа-группы.

Таблица 7 – Учебно-тематический план

Название модуля и темы	Количество часов			Формы обучения
	Всего	Теория	Практика	
Модуль 1. Медиа	12	3	9	
Основы мультимедийной журналистики	4	1	3	мини–лекции, мастер–классы
Основы создания видеорепортажей	4	1	3	мини–лекции, мастер–классы
Интернет-маркетинг	4	1	3	мини–лекции, мастер–классы
Модуль 2. Кино	20	5	15	
Основы кинопроизводства и сценарного мастерства	4	1	3	мини–лекции, мастер–классы
Кинорежиссура и операторское искусство	4	1	3	мини–лекции, мастер–классы
Организация съемочного процесса и съемки	8	2	6	мини–лекции, мастер–классы
Режиссура монтажа и дистрибьюция	4	1	3	мини–лекции, мастер–классы
Модуль 3. Тренды и soft skills	8	4	4	
Нетворкинг и софт скиллз	4	2	2	мини–лекции, мастер–классы
Трендвотчинг	4	2	2	мини–лекции, мастер–классы

Рассмотрим подробнее содержание программы по модулям, представленным в учебно-тематическом плане, представленном в таблице 7.

Модуль 1. Медиа

Цель: развитие творческих способностей подростков в процессе создания медиаконтента.

Задачи:

Обучающие:

- познакомить учащихся с основами знания по созданию медиаконтента;
- познакомить учащихся с возможностями кинопроизводства;
- раскрыть основные законы, приемы и понятия медиапродакшена;
- познакомить с технологией продвижения своего творчества;

– сформировать навыки создания качественного медиаконтента.

Развивающие:

- развить творческие и аналитические способности учащихся;
- развить навыки коммуникативности, самопрезентации, умения работать в группе и дистанционно;
- сформировать умение мыслить творчески;
- воспитать устойчивый интерес к индустрии кино и медиа.

Воспитательные:

- сформировать у учащихся самостоятельность в выборе средств и методов выполнения творческого задания;
- воспитать трудолюбие, критическое мышление, чувство вкуса, эстетичность, любовь к культуре, искусству и творчеству;
- сформировать культуру мультимедийной коммуникации в Интернете.

Содержание модуля

Тема 1. Основы мультимедийной журналистики (4 часа).

Теория: Структура информационного агентства, профессии в медиаиндустрии. Формы, виды, жанры, стили, форматы контента. Структура новостного текста. Приемы создания интересного текста, сторителлинг. Ньюсджекинг. Поиск и анализ информации.

Практика: Создание новостного поста (новостной текст + фото/картинка)

Тема 2. Основы создания видеорепортажей (4 часа).

Теория: Навыки корреспондента – поиск и анализ информации, ораторское мастерство, основы интервьюирования, организация репортажной съёмки. Навыки видеооператора – планы (виды крупности кадра), основы композиции, базовые знания о падении света, запись звука, структура монтажа видеорепортажа. Командная работа корреспондента и видеооператора.

Практика: Выезд на съёмки и создание видеорепортажа.

Тема 3. Интернет-маркетинг (4 часа).

Теория: Основы SMM (social media marketing), профессии в SMM, методы продвижения медиапродукта в соцсетях, таргетинг, нативная реклама, агрессивный маркетинг, рекламный текст, контент–план.

Практика: Создание стратегии комплексного продвижения медиапродукта и распространение медиапродукта в социальных сетях.

Модуль 2. Кино.

Цель: знакомство с основами и возможностями кинопроизводства.

Задачи:

Обучающие:

- познакомить учащихся с основами кинопроизводства;
- раскрыть понятия “препродакшн”, “продакшн”, “постпродакшн”, “дистрибьюция”;

Развивающие:

развить творческие способности учащихся;

развить навыки режиссуры, сценарного мастерства и операторского искусства;

Воспитательные:

- воспитать интерес к киноискусству и к анализу кинофильмов
- воспитать чувство вкуса, эстетичность, любовь к культуре, искусству и творчеству.

Содержание модуля

Тема 4. Основы кинопроизводства и сценарного мастерства (4 часа).

Теория: Этапы кинопроизводства – идея, пре–продакшн, продакшн, пост–продакшн, дистрибьюция. Кинопрофессии. Финансирование кинопроекта. Структура презентации кинопроекта – название, тэглайн, логлайн, синопсис, проблема, главный герой, дримкаст, локации, референсы,

бюджет. Основы художественного повествования и построения сюжета, сторителлинг, путь героя. Проработка персонажей и диалогов в сценарии.

Практика: Придумывание идеи для короткометражного фильма. Создание презентации кинопроекта. Создание сценария.

Тема 5. Кинорежиссура и операторское искусство (4 часа).

Теория: Основы кинорежиссуры и операторского искусства – командная работа в паре, художественные приёмы постановки кадра для эффектной и красивой съёмки, светорежиссура и постановка света, съёмочный план, режиссерский сценарий, раскадровка.

Практика: создание раскадровки короткометражного фильма.

Тема 6. Организация съёмочного процесса и съёмки (8 часа).

Теория: реквизит, основы актерского мастерства, работа с актером, репетиция (раздельно и совместно с оператором и актёрами). Составление сметы. Организация киносъёмок и контролирование съёмочного процесса.

Практика: Съёмки короткометражного фильма.

Тема 7. Режиссура монтажа и дистрибуция (4 часа).

Теория: основы видеомонтажа, приемы монтажа, переходы, спецэффекты, монтаж звука, саунддизайн, кинематографичная цветокоррекция и цветочные фильтры. Методы дистрибуции, распространения и продвижения фильма.

Практика: монтаж и распространение короткометражного фильма.

Модуль 3. Тренды и soft skills.

Цель: развитие навыка предвидения трендов.

Задачи:

Обучающие:

- познакомить с трендами в создании медиаконтента;

Развивающие:

- развить продюсерские способности учащихся;
- развить навыки создания социальных связей;
- сформировать навыки создания трендов;

Воспитательные:

- воспитать интуитивное мышление,
- воспитать коммуникабельность.

Содержание модуля

Тема 8. Нетворкинг и софт скиллз (4 часа).

Теория: нетворкинг, мягкие навыки, коммуникация, ораторское мастерство, критическое, креативное и предпринимательское мышление, основы финансовой грамотности, работа в команде, всестороннее саморазвитие, профессиональная самореализация, социализация.

Практика: тренинги по выявлению профориентации, жизненных целей, скрытых способностей.

Тема 9. Трендвотчинг (4 часа).

Теория: трендвотчинг, трендсеттер, креативно-инновационное пространство, новый романтизм, чувства и эмоции, психология современных людей, креативное продюсирование, анализ современного искусства, анализ актуальной информации и вирусного контента.

Практика: придумывание и создание нового тренда в создании творческого контента.

Перед началом реализации образовательной программы для учащихся МБОУ ДО «Икар» был проведен медиа-форум, на котором мы в общих чертах рассказали ребятам о медиа-сфере, о социальных городских проектах, о молодежной журналистике, провели мастер-классы по операторскому искусству, сторителлингу и Интернет-журналистике, чтобы заинтересовать ребят и вовлечь их в обучающий процесс программы.

В начале программы, в рамках модуля «Медиа», по теме «Основы мультимедийной журналистики» всем учащимся были даны базовые теоретические знания о том, из чего состоит производство медиаконтента. На лекции ребятам было рассказано о том, что включает в себя мультимедийная журналистика:

- текст – новостные посты, сторителлинг;
- фото – фотоотчеты с мероприятий;
- аудио – подкасты, аудио-интервью;
- видео – видеорепортажи, социальные ролики, сторис, видеоблог.

А также – о том, как устроено медиа-агентство и какие профессии и специальности в журналистике:

- главный редактор;
- корреспондент;
- журналист;
- фотограф;
- видеооператор;
- видеомонтажер;
- smm-специалист;
- дизайнер.

Поговорили о том, какие есть формы, виды, жанры, стили, форматы контента. Рассказали о приемах создания интересного текста из теории рекламы и маркетинга на основе сторителлинга, про поиск информации из других источников – ньюсджекинг.

Текст обычного новостного поста должен включать следующие разделы:

- заголовок;
- лид;
- тело (основной текст);
- бэкграунд.

Структура текста в данном случае по, так называемому, правилу «перевернутой пирамиды» будет такова:

- сверху – основная мысль, самая важная информация, которая необходима для контакта с аудиторией;

- далее вспомогательная информация, тоже полезная в контексте статьи, но не первоочередная;
- выводы, заключение, благодарности.

Таким образом, самая объемная, важная и информативная часть текста находится вверху, а наименее важная – внизу. Отсюда и название принципа «перевернутой пирамиды». Так решаются важные задачи, которые стоят перед новостным постом:

- привлечение внимание;
- передача основной мысли текста;
- подогревание интереса у аудитории.

Одной из самых важных частей будет первый абзац, лид (от англ. lead – ведущий). Принципы в написании лида:

- он должен содержать суть новости в 1-2 предложениях и быть конкретным, однозначным;
- он должен вызвать интерес у читателя, но при этом не «выдавать» слишком много информации о статье, чтобы сохранить желание прочитать ее целиком;
- он должен содержать выгоду (если пост рекламный).

Установлено в ходе исследований, что средний читатель тратит не более 2-3 секунд на ознакомление с заголовком и лидом. При отсутствии немедленного интереса он не будет продолжать читать пост вне зависимости от качества написанного.

Частая проблема – где взять трендовую новость?

Есть варианты:

- персональный опыт и наработанные контакты;
- угон новостей – «ньюсджекинг» – использование трендовых новостей с учетом тематики своего контента.

В последнем случае нужно знать, где искать новость. Это могут быть новостные паблики в vk.ru, wiki.tgl.net.ru, афиши мероприятий и пр.

Выбирается подходящий формат контента. Это может быть видеорепортаж (если событие важное и масштабное) или небольшой фотоотчет (если событие менее важное). Перед полноценными постами можно опубликовать лид и поясняющую фотографию (если новость свежая и актуальная).

Главный совет: больше практики!

Никто не становился талантливым журналистом с рождения. Даже те, у которых уже в подростковом возрасте начал выявляться талант писать, все равно учились и развивали свой талант.

Чтобы проверить на практике уровень навыков учащихся и то, как они усвоили теоретический материал, ребятам было дано задание по созданию новостных постов. Нужно было найти и собрать информацию о каком-либо городском, районном или школьном событии, или мероприятии, написать публицистический текст и приложить тематические фотографии из фотоотчета.

Далее шла тема «Основы создания видеорепортажей». На лекции была дана информация о том, как подготовиться к репортажу, как его снимать и как монтировать. Это предполагает следующие шаги.

1. Найти информацию о предстоящем мероприятии на информационных порталах;
2. Связаться с организатором, предупредить его о своем желании присутствовать в качестве репортерской группы (корреспондент + видеооператор), и, если необходимо, получить пропуск с подписью «Пресса»;
3. Подготовить вопросы для интервьюирования людей;
4. Приехать на место, отснять видеоматериал, взять нужное количество интервью.
5. Смонтировать весь видеоматериал по структуре:
 - Подводка/стэнд-ап корреспондента

- Кадры с мероприятия и закадровый голос (что за мероприятие и почему оно проходит)
 - Интервью организатора (про важность мероприятия, как его организовывали)
 - Кадры с мероприятия и закадровый голос (как прошло мероприятие, что там было)
 - Интервью участника (эмоции от участия, что и почему было полезно и интересно)
 - Заключение (выводы, итоги по проведению мероприятия)
6. Отдать на проверку редактору;
 7. Отправить на телевидение или распространить по своим онлайн-каналам.

Затем было дано задание – создать видеорепортаж, следуя данным этапам. Это означает – найти информацию о каком-либо предстоящем событии, придумать несколько вопросов по теме для интервью, в день мероприятия собраться командой, отснять видеоматериал, взять несколько интервью и потом смонтировать. Одна съемочная команда смогла справиться с задачей самостоятельно, другую съемочную команду пришлось координировать во время мероприятия, но в целом ребята справились с задачей и выдали хороший новостной материал.

Третьей темой в этом модуле следует «Интернет-маркетинг». На лекции мы разобрали базовые принципы ведения маркетинга, маркетинговые приемы и стратегии, методы и способы продвижения и распространения медиа-контента. С Интернет-маркетингом проблем не возникло, потому что ребята и так проводят много времени в интернете и социальных сетях. Понадобилось лишь рассказать о том, по каким принципам работает маркетинг с точки зрения распространения контента в рекламном и психологическом аспектах.

По итогам модуля ребята стали лучше разбираться в том, как устроено медиапроизводство, получили опыт создания и продвижения медиаконтента, исходя из поставленной задачи, и опыт работы в команде.

Перед реализацией модуля «Кино» мы провели в МБОУ ДО «Икар» маленький кинофестиваль-практикум, на котором ребятам сначала был проведен кино-квиз для разогрева мозговой деятельности, затем были показаны в качестве примера качественные короткометражные фильмы для вдохновения и в конце ребята попрактиковались в скоростном создании медиаконтента и попробовали придумать идеи для кинофильмов.

В рамках модуля «Кино» ребята начали изучать осваивать опыт поэтапного кинопроизводства. Для начала мы рассказали ребятам, какие есть профессии в киноиндустрии:

- режиссер;
- продюсер;
- сценарист;
- оператор;
- художник-постановщик;
- актер;
- гафер;
- звукорежиссер;
- саунддизайнер
- механик камеры;
- гример;
- художник по костюмам;
- локейшн-менеджер;
- кастинг-директор;
- режиссер монтажа;
- супервайзер;
- администратор площадки;

- VFX/CGI-специалист.

Затем мы указали, что есть четыре основных этапа кинопроизводства:

- Пре-продакшн;
- Продакшн;
- Пост-продакшн;
- Дистрибуция;

Первым этапом, пре-продакшеном, является создание идеи и разработка сценария, поэтому на теме «Основы кинопроизводства и сценарного мастерства», в первую очередь, мы рассказывали ребятам, из чего состоит сценарий, как он создается, на что обратить внимание при написании сценария, какие есть важные нюансы в создании сюжета. За основу теоритической части была взята классическая 3-актовая структура художественного произведения из театральной сферы (завязка, кульминация, развязка) и 12-актовая структура из статьи Кристофера Воглера «Путешествие героя»:

- Стабильность;
- Зов к странствиям;
- Отвержение зова;
- Встреча с наставником;
- Преодоление первого порога;
- Испытания, союзники, враги;
- Приближение к сокрытой пещере;
- Главное испытание – переломный момент;
- Награда;
- Обратный путь;
- Возрождение (кульминация);
- Возвращение с эликсиром (развязка).

Затем учащимся, в качестве домашнего задания, была дана задача – придумать идеи для короткометражного фильма на социально-нравственную

тематику, связанную с подростками. На следующем занятии, после активного обсуждения, из списка придуманных идей мы выделили ту, которая понравилась всем и которую возможно всего было реализовать. Вместе с ребятами мы придумали главных героев, написали основную сюжетную линию и распределили роли. Следующим домашним заданием было – написать слова для своего героя. Далее, собрав всё воедино, мы несколько раз прочитали сценарий по ролям, чтобы определить слабые места и усилить их, чтобы отредактировать текст, сделав его более живым и реалистичным.

Далее мы перешли к теме «Кинорежиссура и операторское искусство», где ребятам были рассказаны основы построения кадра и как создать красивую художественную картинку.

В процессе обучения мы разобрали все основные операторские приемы:

1. Статичный кадр – съемка неподвижной видеокамерой со штатива или непосредственно с рук. Действие в кадре происходит на небольшой площадке и полностью попадает в «поле зрения» камеры. Достоинствами приема являются простота и лаконичность, тогда как главный недостаток – отсутствие динамики. Таким образом, для статичных кадров огромное значение имеют композиция, цвет, контрасты. При удержании плана становятся более очевидны недостатки изображения.

2. Наезд камеры – это выделение объекта съемки из окружающей обстановки через плавный переход от общего плана к среднему и крупному.

3. Отъезд камеры – обратный наезду прием. Они просты технически (просто использовать слайдер камеры), но могут быть сложны концептуально. При ручной съемке следует учитывать тряску.

4. Панорамирование представляет собой съемку объектов видеокамерой, находящейся в движении. Она перемещается с разной скоростью и в разных направлениях. Есть статическое и динамическое панорамирование, различающиеся поворотом камеры вокруг своей оси или же перемещением камеры в пространстве. Динамическое панорамирование

может быть линейным (движение камеры параллельно плоскости света), а также обзорным (обычно круговое вращение камеры) и следования (когда камера следует за объектом съемки, фиксируя его действия).

5. Длинный план – непрерывный кадр, который длится заметно дольше обычного. Его осуществление требует слаженной работы съемочной команды, так как все перемещения камеры должны быть четко выверены.

Дополнительные операторские приемы позволяют снимать с большей экспрессией и изобретательностью.

1. Голландский угол – наклон камеры по отношению к линии горизонта.

Прием впервые появился в кинематографе Германии 20-х годов XX века, и был назван «голландским» из-за ошибки перевода Deutsch/Dutch. Он использовался в экспрессионистских фильмах, часто оперирующих темами искажения/излома восприятия. В работах подобной тематики уместно использование данного приема.

Голландский угол используется многими режиссерами, в числе которых можно назвать Альфреда Хичкока, Орсона Уэллса, Михаила Калатозова, Брайана Де Пальму, Терри Гиллиама, Тима Бертона, Кристофера Нолана, Дэнни Бойла, Квентина Тарантино и др.

2. Перевод фокуса – буквально, перевод фокуса с одного объекта на другой в кадре, акцентируя внимание.

3. Панфокус – прием, при использовании которого камера фокусируется не только на объектах на переднем плане, но и на проработанном заднем. Это придает «картинке» особую экспрессию. Кроме того, панфокус может иметь значение для нарратива фильма, к примеру, при размещении на заднем плане сюжетно важных объектов.

4. Вращение камеры – прием, который позволяет лучшим образом отобразить масштаб сцены. При этом, однако, использование данного приема предполагает лучшую проработку заднего фона. Может сочетаться с панфокусом (только без нарушения правила 180 градусов в кинематографе,

согласно которому при монтаже камера не должна пересекать линию взаимодействия персонажей).

5. Трансрав (Dolly Zoom, Vertigo) – изменение расстояния от камеры до объекта и фокусного расстояния объектива. Прием можно осуществлять двумя способами:

- приближение камеры к объекту и уменьшение фокусного расстояния;
- отдаление от объекта камеры при увеличении фокусного расстояния.

6. Сноррикам – движение камеры синхронизировано с движением персонажа. Прием назван в честь его изобретателей, братьев Снорри.

7. Split Focus – установка границы нерезкости между передним и задним планами, одно временно находящимися в фокусе.

С представленными приемами нужно учиться работать, так как многие из них требуют опыта. Кроме того, для грамотного препродакшена необходим удачный выбор локаций, их подготовка, сюжет, визуальный стиль и слаженная работа съемочной группы.

Изучив планы и крупности кадра, мы сделали с видеооператором и художницей раскадровку сценария, чтобы понимать, что и как именно нужно будет снимать. Раскадровка – крайне облегчает съемочный процесс и делает его понятнее для всех, поэтому её нельзя игнорировать. После этого мы обсудили, какой нужен реквизит, у кого, что есть и где можно достать недостающие вещи, и назначали день съемок.

Темой «Организация съемочного процесса», по сути, и была сама съемка. Ребята под руководством креативного продюсера из «Центра Российского Кино» в Тольятти на практике изучали, как выстраивается и происходит процесс киносъемок. В день съемок всё прошло успешно, снимали с обеда до вечера.

После съемок, следуя теме «Режиссура монтажа и дистрибуция», ребятам были показы разные видеомонтажные приемы и переходы, и потом

мы сделали монтаж (отбор видеоматериал, склейка кадров, сведение видеоряда с аудиозаписью), саунддизайн (добавление звуковых эффектов) и цветокоррекцию нашего короткометражного фильма. Далее, просмотрели все вместе наш готовый короткометражный фильм и проанализировали – какие были допущены ошибки и почему допущены, чтобы не повторять их при создании следующих фильмов.

У нас не было цели проводить полноценную дистрибуцию фильма, потому что фильм не отвечает прокатным требованиям и является учебным, тем менее, ребята получили знания о том, как осуществляется кинопрокат фильма по кинотеатрам, как фильмы подаются на кинофестивали и затем просто распространили фильм в Интернет-пространстве, выложив его на личных аккаунтах в социальных сетях и дополнительно разослав друзьям и знакомым.

Познав то, как создается и работает кинопроизводственный процесс, мы перешли к третьему модулю «Тренды и soft skills», в котором был сделан упор на продюсерские навыки. Soft skills – это «мягкие», междисциплинарные, личностные навыки, такие как: умение договариваться, общаться и взаимодействовать с людьми, работать в команде, быть гибким, стрессоустойчивым, ответственным, коммуникабельным, пунктуальным и т.д. Также, мы изучили, что такое «трендвотчинг» – поиск и нахождение трендов; это положительно влияет на развитие аналитического и критического мышления, на развитие интуиции. Всё это нужно для того, чтобы создаваемый в дальнейшем контент имел смысл и перспективы, и чтобы человек, который будет ответствен за полную реализацию медиапродукта, мог донести ценности содержания контента до аудитории.

В конце реализации программы мы провели показ всех медиа-продуктов и короткометражных фильмов, сделанных ребятами, чтобы продемонстрировать результаты годичной работы.

Таким образом, основные модули программы были сконструированы таким образом, чтобы обучающиеся в практической деятельности получали

знания о медиапроизводстве, создавали свои медиапродукты, и в процессе этой деятельности учились работать в команде, проявлять ответственность и самостоятельность.

2.3. Контрольный срез

Контрольный этап экспериментальной работы был направлен на оценку динамики уровня медиаграмотности у подростков. В контрольной диагностике приняли участие дети старшего и среднего школьного возраста из МБОУ ДО «Икар». В работе с экспериментальной группой апробировалась дополнительная общеобразовательная программа «Информбюро ICAR». Для комплексного исследования уровня медиаграмотности у подростков использовались методики, представленные в таблице 8.

Таблица 8 – Диагностическая карта контрольного исследования

Критерии	Показатели	Методики
Когнитивный	<ul style="list-style-type: none"> – Знания о том, как устроено медиапроизводство – Понимание основ создания медиаконтента – Осознают свои знания и способности по созданию медиапродуктов 	Методика №1 «Анкета по медиаграмотности» (Беляев Н.А.)
Мировоззренческо-личностный	<ul style="list-style-type: none"> – Ответственное отношение к своей команде и к работе – Адекватное и объективное восприятие реальности 	Методика №2 «Статья по молодёжной политике» (Беляев Н.А..)
Мотивационно-потребностный	<ul style="list-style-type: none"> – Активная мотивация к творческой деятельности – Самостоятельность при решении учебно-творческих задач – Развитое трудолюбие 	Методика №3 «Мой первый видеорепортаж» (Беляев Н.А.)
Деятельностно-поведенческий	<ul style="list-style-type: none"> – Умение придумывать идеи, решать творческие задачи, создавать медиаконтент – Умение презентовать и распространять результаты своего труда – Умение анализировать информацию, оценивать результаты своего и чужого творчества 	Методика №4 «Мой первый короткометражный фильм»

Цель методики 1 – выявить знания и способности подростков по работе в медиапространстве и созданию медиапродуктов. Для проведения методики в конце молодежного медиафорума, организованного нами, участникам были розданы анкеты с вопросами для самоанализа, составленные на основе критериев медиаграмотности.

Цель методики 2 – выявить восприятие реальности у подростков. Для проведения методики ребятам была дана задача написать небольшую статью о том, каким они видят нынешнее положение молодежи в обществе и социально-экономическое состояние города с точки зрения подростка.

Цель методики 3 – выявить у подростков уровень самостоятельности в решении творческих задач. Для проведения методики ребятам дана была задача самостоятельно создать видеорепортаж о городском событии или школьном мероприятии.

Цель методики 4 – выявить у подростков умение выдвигать интересные творческие идеи и реализовывать их до финального результата. Для проведения методики мы с ребятами занимались созданием короткометражного художественного фильма.

В 2021 году проводился ряд мероприятий, призванных развить у подростков теоретические и практические компетенции в медиа-сфере. К таким мероприятиям можно отнести:

- Межведомственный медиа-форум для школьников, экспертов и координаторов «Мой район», соорганизованный МБОУ ДО «Икар» и АНО «Центр Российского кино» и состоявшийся 3 апреля 2021 года в учреждении дополнительного образования;

- профильную смену «Кинчик week», проходившую в МБОУ ДО «Икар» с 21 по 29 июня 2021 года.

- мастер-классы и онлайн-консультации специалистов АНО «Центр Российского кино».

Созданные учащимися видеоролики заняли призовые места в различных конкурсах, включая городской конкурс видеороликов «Память, живи!» и радиоигру «Военный радист» в рамках городской профильной смены «Технополигон».

Среди мероприятий, реализованных в рамках сетевого межведомственного проекта «Информационное бюро «ICAR» можно отметить Профильную смену «Кинчик week», которая прошла в МБОУ ДО «Икар» с 21 по 29 июня 2021 года при активном участии АНО «Центр Российского Кино».

В ходе Профильной смены учащиеся изучили разнообразные темы, касающиеся ремесла производства фильмов, а именно:

- Основы киноиндустрии.
- Пре-продакшн: сценарное мастерство и операторское искусство.
- Продакшн: режиссура съемок.
- Пост-продакшн: режиссура монтажа.
- Дистрибьюция: продюсирование и продвижение.
- Soft Skills: предпринимательское и критическое мышление.

Занятия, проходившие в будние дни с 11:00 по 14:30 включали в себя теоретические и практические блоки, содержавшие широкий диапазон активностей. В конце каждого учебного дня участников смены проводилась рефлексия. В рамках практического блока участники Профильной смены «Кинчик week» разместили в социальных сетях разнообразные видеоролики, при работе над которыми ими были использованы знания и навыки, почерпнутые из теоретического блока.

Таким образом, подростки приобрели возможность ориентироваться в среде цифрового видеоконтента, в настоящее время доминирующего в качестве Интернет-досуга. По данным ВЦИОМ (Всероссийского центра изучения общественного мнения) на ноябрь 2019 г. среди пользователей интернета доля регулярных пользователей видео- хостинга Youtube составляет 58%. Среди популярных разновидностей контента 30% отводится

под музыкальные видео, фильмы, а также ролики, связанные с культурой и искусством (включая кинематограф).

Результаты проведенного мониторинга представлены в таблице 9

Таблица 9 – Результаты мониторинга реализации сетевого межведомственного проекта «Информационное бюро «ICAR»

Критерий	02.2021	05.2021	12.2021
Доля учащихся, у которых сформирована цифровая компетентность и медиаграмотность	27%	78%	79%
Количество учащихся, вовлеченных в деятельность школьных медиа-групп	80	89	90
Общее количество школьных медиа-групп, задействованных в проекте	5	6	10
Количество единиц созданного контента	0	130	180
Количество единиц созданного контента (кинопроектов)	0	5	10
Количество педагогов в проекте	8	8	8
Количество педагогов МБОУ ДО «Икар» в проекте	3	3	3
Доля педагогов МБОУ ДО «Икар» в проекте (от общего количества)	1,7%	1,7%	1,7%
Доля педагогов всех учреждений в проекте (от общего количества)	4,5%	4,5%	4,5%
Общее количество учащихся возрастной группы в ОО	309	312	312
Доля учащихся, охваченных новыми формами работы	42%	100%	100%
Доля педагогов, повышающих квалификацию в проекте	50%	100%	100%
Количество запланированных методических продуктов	1	1	1

В свою очередь, среди подрастающего поколения набирает популярность социальная сеть TikTok, в которой публикуются короткие видеоролики. К 2020 г. ее активная аудитория в Российской Федерации составила 18 млн. пользователей. Это делает деятельность Информационного бюро «ICAR», включающую Профильную смену «Кинчик week» особенно актуальной для ее участников.

Данные анкетирований, которые проводились в начале и в конце реализации смены, свидетельствуют о:

- росте интереса подростков к кинопроизводству (на 25%);
- возросшем умении отличать качественный видеоконтент от некачественного (на 31%);
- желании разрабатывать собственные видеопроекты.

В феврале, мае и декабре 2021 г. старшим методистом МБОУ ДО «Икар» проводился мониторинг результатов реализации проекта. Мониторинг включал критерии, связанные с количеством участников проектов, количеством школьных медиа-групп, задействованных в проекте, количеством единиц созданного контента (кинопроектов). Исходя из представленных в данной таблице результатов, можно проследить прогресс проекта по большинству из пунктов. Графически этот прогресс также можно выразить в виде рисунка 1.

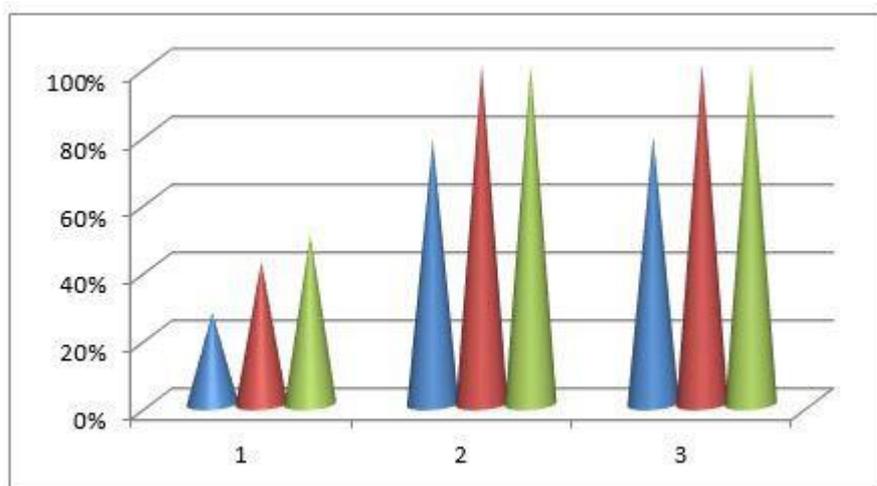


Рисунок 1 – Мониторинг доли учащихся, у которых сформирована медиакомпетентность

Кроме того, участие в мероприятиях позволило выявить количество медиагрупп, которые прошли обучение в центре дополнительного образования. Результаты представлены на рисунке 2.

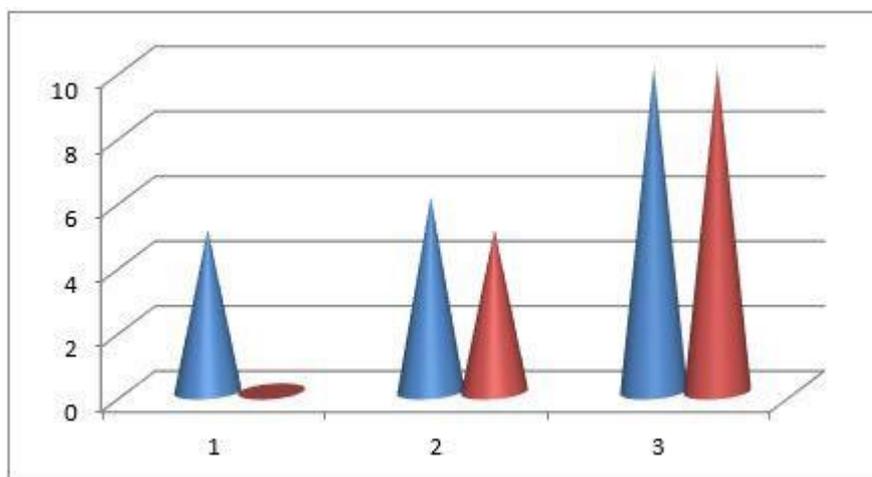


Рисунок 2 – Мониторинг школьных медиа-групп и созданных кинопроектов.

Кроме того, наблюдаются и качественные изменения в учреждениях, реализующих проект, в частности – МБОУ ДО «Икар». К таким изменениям относятся следующие:

- созданы механизмы материального стимулирования и моральной поддержки (В соответствии с Положением об установлении стимулирующих выплат работникам МБОУ ДО «Икар»);
- разработан методический продукт – Сборник методических материалов по реализации сетевого межведомственного проекта «Информационное бюро «ICAR»;
- опубликованы медиапродукты, созданные школьными медиа-группами, на различных платформах в сети Интернет (ВКонтакте, Youtube, TikTok и др.);
- созданы новые цифровые ресурсы – страницы проекта на сайтах учреждений-участников проекта и в социальных сетях (ВКонтакте и др.);

Опыт реализации проекта представлен на городском методическом мероприятии «Площадка инновационного опыта «Школы инновационных

образовательных практик как перспектива успешного «социального лифта», городском образовательном портале ТолВики.

Таким образом, сетевой межведомственный проект «Информационное бюро «ICAR» позволяет детям идти в ногу со временем, свободно ориентироваться и успешно продвигать свое творчество в социальных сетях и прочих сетевых платформах.

Выводы по второй главе

Проведение констатирующего эксперимента по изучению уровня сформированности медиаграмотности у учащихся среднего и старшего школьного возраста в МБОУ ДО «Икар» позволило выявить, что классические навыки и требования по медиаграмотности, определенные современными требованиями, почти в полной мере усваиваются подростками. Учащиеся экспериментальной группы успешно показывали свои навыки по созданию медиаконтента. Ребята вполне имеют представление о способах создания медиаконтента разных видов, форматов, стилей и жанров. Анализ методик позволил выявить, что недостаток знаний и навыков больше всего наблюдаются по разделам «Пре-продакшн» и «Soft skills», где у подростков недостаточно опыта.

Создание медиаконтента осуществлялась в процессе апробации образовательной программы по формированию медиаграмотности у подростков «Информбюро ICAR» с применением современных методик преподавания медиапроизводства. Использование современных методик способствовало как эффективному усвоению знаний, так и создавало включенность и заинтересованность детей во время занятий.

На контрольном этапе ученики экспериментальной группы продемонстрировали положительную динамику по разделу «Сценарное мастерство». Кроме того, можно заметить позитивные сдвиги в разделе «Режиссура». А также, у группы наблюдается значительно выше способность по формированию активного отношения к собственной познавательной

деятельности, умению выделять в ней цель и способы достижения, рассуждать о них, объективно оценивать её результаты. Дети активны не только во время проведения непосредственно–образовательной деятельности по разработанной программе, но и в самостоятельной деятельности часто обращаются к показательным трендовым медиаматериалам, например – современные фильмы и сериалы, вирусные ролики, видеоконтент в социальной сети Tik–Tok, фотографии в приложении Pinterest. Качественный анализ результатов экспериментальной работы убедительно доказал, что уровень сформированности медиаграмотности детей среднего и старшего школьного возраста значительно повышается, если в образовательной деятельности реализовывать разработанный комплекс современных методик по созданию медиаконтента.

Заключение

Проведенное исследование подтвердило выдвинутую гипотезу и решило поставленные задачи. В результате исследования можно сделать следующие выводы:

1. Анализ психологической, педагогической литературы позволил изучить психолого-педагогические подходы к проблеме развития детей школьного и старшего школьного возраста в процессе формирования медиаграмотности, которые лишь недавно стали предметом изучения. Применительно к системе дополнительного образования формирование медиаграмотности как часть образовательной области «Примерной программы воспитания» предполагает формирование у учащихся знаний и навыков по созданию документального и художественного медиаконтента в разных форматах, жанрах и под определенные задачи с использованием современных технологий медиапроизводства (фото/видеокамера, световые приборы, звукозаписывающие устройства, дополнительное операторское оборудование, программы и приложения для видеомонтажа и видеодизайна).

2. В нынешней практике дополнительного образования по формированию медиаграмотности необходимо использовать современное съемочное, записывающее и другое аудиовизуальное оборудование для развития медиатехнологической компетентности подростков. Медиаграмотность является важным компонентом всестороннего развития ребенка для успешной самореализации в будущем.

3. Эффективность работы по созданию медиаконтента в формировании медиаграмотности детей среднего и старшего школьного возраста обеспечивается выполнением следующих условий: 1) наличием дополнительной образовательной программы по формированию медиаграмотности у подростков; 2) развитием положительной мотивации в образовательной деятельности у детей среднего и старшего школьного возраста; 3) увеличением вовлеченности ребёнка и его участия в выполнении

программных задач в процессе практической деятельности по созданию медиаконтента.

4. Исследование подтвердило необходимость разработки дополнительной образовательной программы по формированию медиаграмотности у детей среднего и старшего школьного возраста. Формы и методы развития медиаграмотности у подростков направлены на повышение мотивации обучающихся, активную практическую и социальную деятельность, способствует формированию творческой атмосферы в команде школьной медиа–группы.

Сравнительный анализ результатов диагностического исследования начального и финального этапов в экспериментальной группе показал, что на финальном этапе наблюдается стойкая динамика повышения уровня медиаграмотности. Это дает основание утверждать, что поставленная цель достигнута и выдвинутая гипотеза подтверждена.

Проведенное исследование не исчерпывает всего многообразия проблем по формированию медиаграмотности у подростков. Перспективным направлением может стать создание и внедрение условий формирования медиаграмотности у подростков в процессе школьного обучения.

Список используемой литературы

1. Бобровницкая В.Ю. Медиаобразование в учреждении дополнительного образования
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. М: 2008. 300 с.
3. Бондаренко Е.А., Журин, А.А. Состояние медиаобразования в мире // Педагогика. 2002. № С. 88–98.
4. Войскунский А.Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. М: 2021. Т. 18. № 3. С. 431-450
5. Волков Б.С. Психология подростка. 3–е изд., исправл. и доп. М.: Педагогическое общество России, 2001. 160 с.
6. Выготский Л.С. Педагогическая психология / Под. Ред. В.В. Давыдова. М.: Педагогика. 1996.
7. Гендина Н.И. Информационное образование: сущность, виды, принципы // Культура России, основанная на знаниях: традиции и инновации подготовки кадров в сфере культуры и искусства: монография. Кемерово: КемГИК, 2019. С. 215 – 237.
8. Засурский Я.Н. Медиасистемы XXI века и новая философия журналистского образования / Я.Н. Засурский // Информационное общество. 2005. Вып. 1. С. 19-22.
9. Жижина М.В. Медиапсихология: избранные лекции: учебное пособие. Саратов, 2017. 253.с.
10. Каруна (Донец) И.А. Британский опыт в области медиаобразования: проблемы, инновации//Социальные технологии в сфере культуры и досуга. Опыт. Проблемы. Инновации Тамбов: Изд–во Тамбов. гос. университета, 2001. С.203–206.

11. Каруна (Донец) И.А. Диалог культур в контексте системы медиаобразования //Диалог культур и цивилизаций. Тобольск: Изд-во Тобольск. гос. пед. ин-та, 2001. С.93–94.
12. Каруна (Донец) И.А. Медиа и медиаобразование: российский и британский опыт // Человек и общество: На рубеже тысячелетий. Международный сборник научных трудов. Вып. 9–10. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. С. 171–173.
13. Каруна (Донец) И.А. Педагогические технологии в сфере медиаобразования//Школьные технологии. 2002. № 1. С. 47–50.
14. Каруна (Донец) И.А. Социальная ситуация в Великобритании и медиаобразование // Человек и общество: на рубеже тысячелетий. Международный сборник научных трудов /Науч. ред. О.И.Кириков. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. пед. ун-та, 2002. С. 243–248.
15. Каруна (Донец) И.А. Сравнение российских и британских подходов к медиаобразованию на современном этапе // Проблемы образования студентов гуманитарных вузов в свете развития современных информационных технологий. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2001. С.63–64.
16. Каруна И.А. Британский опыт в области медиаобразования: опыт, проблемы, инновации // Искусство и образование. 2003. № 2. С. 66–79.
17. Касаткина Н.Э. и Брыксина Е.С. Возрастные особенности подростков и методы организации образовательного процесса // Педагогика. Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. №3 (51) Т1.
18. Молчанова М.А., Кабарухин В.Г., Александров Е.П. Искусство и образование. Таганрог: Изд-во ТИУиЭ, 2001. С. 176–181.
19. Медиаобразование сегодня: содержание и менеджмент / Под ред. А.В. Федорова. М.: Изд-во Гос. ун-та управления, 2002. 80 с.
20. Мухина В.С. Возрастная психология: Детство, отрочество, юность. Учебное пособие для студентов. М. 1999

21. Новикова А.А. Медиаобразование в англоязычных странах//Педагогика. 2001. № 5. С.87–91.
22. Новикова А.А. Медиаобразование в России и Европе в контексте глобализации. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 168 с.
23. Новикова А.А. Медиаобразование в США и теория «диалога культур» в контексте современного гуманитарного обучения // Гуманитарная культура специалиста, 2016. С.45-56
24. Новикова А.А. Медиаобразование в США. Ч.1 // Искусство и образование. 1999. № 4. С. 68–81.
25. Новикова А.А. Медиаобразование в США. Ч.2 // Искусство и образование. 2000. № 4. С. 35–49.
26. Новикова А.А. Медиаобразование в США: проблемы и тенденции // Педагогика. 2000. №3. С. 68–75.
27. Новикова А.А. Медиаобразование в США: проблемы и тенденции // Дистанционное и виртуальное обучение. 2000. № 9. С. 40–43.
28. Новикова А.А. Теория и история развития медиаобразования в США (1960–2000): Дис. канд. пед. наук. Таганрог, 2000.
29. Озеров К.Г. Информационно–образовательная деятельность библиотечных медиacentров в школах США: Дис. канд. пед. наук. М., 1996.
30. Рыжих Н.П. Изучение англоязычных экранных искусств студентами неязыковых специальностей // Наука и образование Зауралья. 2000. № 3. С. 233–237.
31. Спичкин А.В. Что такое медиаобразование. Курган: Изд-во Ин-та пов. квалификации и переподготовки работников образования, 1999. 114 с.
32. Усов Ю.Н. Международная консультативная встреча «Вопросы преподавания основ киноискусства в средней школе и некинематографических вузах»//Информационный бюллетень Комиссии по международным связям Союза кинематографистов. М., 1975. С. 66–71.
33. Федоров А.В. Медиаобразование в Бельгии // Дистанционное и виртуальное обучение. 2002. № 6. С.53–56.

34. Федоров А.В. Медиаобразование в Бельгии // Педагогика. 2002. № 1. С. 97–99.
35. Федоров А.В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. 238 с.
36. Федоров А.В. Медиаобразование в Канаде // Высшее образование в России. 2002. № 1. С. 116–118.
37. Федоров А.В. Медиаобразование во Франции // Alma Mater. Вестник высшей школы. 2001. № 3. С. 46–47.
38. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Учебное пособие для вузов. Таганрог: Кучма, 2004. 340 с.
39. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: мнения экспертов // Образовательные технологии XXI века /Ред. С.И. Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.51–71.
40. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: ЦВВР. 708 с.
41. Федоров А.В. Молодежь и медиа: Проблемы и перспективы//Встреча: Культурнопросветительная работа. 1997. № 11. С.44.
42. Федоров А.В. Молодым везде у нас дорога //В идео-Асс Премьер. 1995. №25. С. 90–91.
43. Федоров А.В., Новикова А.А. Медиа и медиаобразование//Alma Mater. Вестник высшей школы. 2001. № 11. С. 15–23.
44. Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в США и Канаде // США и Канада: Экономика, политика, культура. 2004. № 9. С.96–104.
45. Федоров А.В., Новикова А.А. Основные теоретические концепции медиаобразования // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2002. № 1. С. 149–158.
46. Хромцова Ю. Н. Формирование медиаграмотности старшеклассников в процессе реализации медиапроекта

47. Чичерина Н.В. Медиаобразование в контексте изменяющейся социальной реальности: монография / Поморский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Архангельск: Помор. гос. ун-т, 2008. 176 с.
48. Шариков А.В. Жак Гонне – исследователь школьной и лицейской прессы. М., 2019. 234с.
49. Школьные и лицейские газеты. Становление и развитие школьной и лицейской самостоятельной прессы во Франции. М.: Изд-во ЮНПРЕСС, 2000. С.3–10.
50. Шариков А.В. Медиаобразование// Российская педагогическая энциклопедия. В 2 тт. / Гл. ред. В.В.Давыдов. Т.1. М.: Большая российская энциклопедия, 1993. С. 555–556.
51. Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. 66 с.
52. Шариков А.В. О движении «визуальной грамотности» в современной педагогике США // Эстетическое воспитание учащейся молодежи: задачи, теория, практика, перспективы. М., 1988. С. 120–121.
53. Шариков А.В. Проблемы изучения средств массовой коммуникации в школах Запада // Сов. педагогика, 1988. №5. С. 125–130.
54. Шариков А.В. Проблемы медиаобразования в современной западной педагогике // Телевидение и школа. М.: Академия педагогических наук СССР, 1989. С. 104–124.
55. Ястребцева Е.Н., Шариков А.В. Медиакультура: состояние вопроса // Вестник медиаобразования. 1995. № 1. С. 34–48
56. Bazalgette, C., Bevort, E. & Savino, J. (1992). L'Education aux medias dans le monde: Nouvelles orientations. Paris London: BFI, CLEMI, UNESCO, 120 p.
57. Buckingham, D. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge, UK: Polity Press, 219 p.

58. Buckingham, D. (Ed.) (1990). *Watching Media Learning. Making Sense of Media Education*. London New York Philadelphia: The Falmer Press, 234 p.
59. Craggs, C.E. (1992). *Media Education in the Primary School*. London – New York: Routledge, 185p.
60. Fourie, P.J. (ed.) (2001). *Media Studies. Vol.1*. Lansdowne: Juta Education, 638 p.
61. Masterman, L. (1985). *Teaching the Media*. London: Comedia Publishing Group, 341 p.
62. Robert Stults, *Media Space, Xerox PARC*, 1986.

Приложение А

Программа медиа-форума «Мой район»

Таблица А.1 – Программа Межведомственного медиа-форума «Мой район»

Название	Спикер	Место проведения
12:00-12:10 Вступительное слово Приветственное слово	Анна Кирдянова, директор МБОУ ДО «Икар» Никита Беляев, креативный продюсер АНО «Центр Российского Кино» в Тольятти, педагог ДО	Концертный зал
12:10-12:40 Медиа- и кинопродюсирование	Андрей Антипенко, директор АНО «Центр Российского Кино» в Тольятти	Концертный зал
12:40-12:50 Реализация молодежной политики через школьные СМИ	Кирилл Штапаков, руководитель молодежного интернет-сми «КВА-медиа»	Концертный зал
12:50-13:00 Гранты и социальные проекты по улучшению города	Алексей Окин, куратор социальных проектов АНО «Центр Российского Кино» в Тольятти	Концертный зал
13:00-13:10 Молодежное городское администрирование по улучшению города	Марк Буров, член Молодежного парламента при Думе г.о. Тольятти	Концертный зал
13:10-13:20 Только как туристический город в информационном поле	София Титенко, киноэкскурсовод АНО «Центр Российского Кино» в Тольятти	Концертный зал
13:20-13:30 Обобщающее слово о культурном развитии Тольятти	Никита Беляев, креативный продюсер АНО «Центр Российского Кино» в Тольятти, педагог ДО	Концертный зал

Продолжение Приложения А

Продолжение таблицы А.1

13:30-13:50 Кофе-брейк		
13:50-14:30 Мастер-класс по операторскому искусству и режиссуре монтажа «Приёмы, которые сделают ваше видео крутым»	Дмитрий Чернов, оператор-постановщик АНО «Центр Российского Кино» в Тольятти	Кабинет № 9
13:50-14:30 Мастер-класс по сторителлингу «Как сделать своё видео интересным»	Никита Беляев, креативный продюсер АНО «Центр Российского Кино» в Тольятти, педагог ДО	Кабинет № 11
13:50-14:30 Мастер-класс по интернетмаркетингу «Способы продвижения контента»	Кирилл Штапаков, руководитель молодежного интернет-сми «КВА-медиа»	Кабинет № 9
14:30-14:40 Мотивация к новому заданию 14:40-15:00 Мозговой штурм 15:00-15:20 Устная краткая презентация идей 15:20-15:30 Подведение итогов и анкетирование	Никита Беляев, креативный продюсер АНО «Центр Российского Кино» в Тольятти, педагог ДО	Концертный зал

Приложение Б

Анкета участника

Оцени свою медиаграмотность по шкале от 1 до 5:

1. Умение пользоваться поисковыми системами и находить необходимую информацию _____

2. Умение защитить свои персональные данные в сети Интернет и способность не допускать утечки информации, касающейся личной жизни, которая может представлять интерес для злоумышленников _____

3. Умение создавать (писать, снимать, записывать) качественный медиа-контент и пользоваться различными программами и приложениями:

– текст (написание, грамматика) _____

– фото (съёмка, редактирование) _____

– дизайн (цифровое рисование) _____

– аудио (запись, мастеринг) _____

– видео (съёмка, монтаж) _____

4. Способность сопоставлять информацию из различных источников, стремиться проверять любую полученную информацию _____

Чему хотел бы научиться? _____

Дай, пожалуйста, обратную связь! Как тебе медиа-форум? Что больше всего понравилось? Что можно было бы улучшить? _____