



МЕДИАСФЕРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Сборник научных статей

[Начать просмотр](#)

Могилев
Могилевский институт МВД
2023

МИНИСТЕРСТВО ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования
«Могилевский институт Министерства внутренних дел
Республики Беларусь»

Кафедра социально-гуманитарных дисциплин

**МЕДИАСФЕРА
И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ:
СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
В СОВРЕМЕННОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ**

Сборник научных статей

Научное электронное сетевое текстовое издание



Могилев
Могилевский институт МВД
2023

© Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь»
(on-line) 2023

ISBN 978-985-589-078-3 (on-line)
ISBN 978-985-589-075-2 (CD)

© Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь»
(CD), 2023

[Перейти к сведениям об издании 1 2 3](#)

[Перейти к статьям](#)

УДК 37
ББК 74.202

**МЕДИАСФЕРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ:
СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Научное электронное сетевое текстовое издание

*Рекомендовано к изданию научно-методическим советом
учреждения образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь»*

М42 Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социкультурном пространстве [Электронный ресурс] : сборник научных статей / Министерство внутренних дел Республики Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. — Могилев : Могилев. институт МВД, 2023. — Режим доступа: https://elib.institutemvd.by/jspui/handle/MVD_NAM/7931. — Загл. с экрана.

ISBN 978-985-589-078-3.

В сборник вошли научные статьи, представленные на X Международную научно-методическую конференцию «Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социкультурном пространстве» (22–26 мая 2023 г.), организованную кафедрой социально-гуманитарных дисциплин учреждения образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь».

Тематика статей затрагивает ряд актуальных направлений исследований, среди которых медиаобразование в условиях формирования информационного общества, развитие медиакоммуникативной компетентности в академической среде, образовательные медиа и культура гражданской коммуникации, интеграционный ресурс медиаобразования, история и теория медиаобразования, медиа-технологии в правоохранительной деятельности, медиа и корпоративная культура.

Сборник адресован ученым, преподавателям, аспирантам, докторантам, студентам, сотрудникам СМИ, органов госуправления, а также всем, кто интересуется проблемами общественного влияния массовой информации и тенденциями развития медиаобразования.

В сборнике сохранена авторская редакция и подходы к решению заявленных проблем.

Ул. Крупской, 67, Могилев
тел. +375 222 72 41 58
e-mail: oonmid@institutemvd.by
<https://www.institutemvd.by>

- © Учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» (on-line), 2023
- © Учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» (CD), 2023

[Перейти к сведениям об издании 2 3](#)

[Перейти к статьям](#)

Научное электронное сетевое текстовое издание

**МЕДИАСФЕРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ:
СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ**

Сборник научных статей

Основу данного издания составляет электронное текстовое издание локального доступа:

Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве [Электронный ресурс] : сборник научных статей / Министерство внутренних дел Республики Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. — Могилев : Могилев. институт МВД, 2023. — 1 электрон. опт. диск (CD-R). — Загл. с экрана.

ISBN 978-985-589-075-2.

Редакционная коллегия:

С. В. Венидиктов (ответственный редактор), начальник кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат филологических наук, доцент;

А. Е. Игнатович, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат исторических наук, доцент;

И. Л. Лукашкова, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат педагогических наук;

А. М. Шубодерова, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат филологических наук, доцент;

О. А. Лукина, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат филологических наук, доцент;

Е. Е. Иванов, преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД;

А. В. Шатова, преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД;

И. В. Чельшева, заведующий кафедрой психолого-педагогического образования и медиакоммуникации

Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиал)
Ростовского государственного экономического университета,
доктор педагогических наук, доцент;

А. В. Федоров, профессор Ростовского государственного экономического университета, почетный Президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, доктор педагогических наук, профессор

Научное электронное текстовое издание

**МЕДИАСФЕРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ:
СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ**

Сборник научных статей

Рецензенты:

заведующий кафедрой психолого-педагогического образования и медиакоммуникации
Таганрогского института им. А. П. Чехова (филиала)
Ростовского государственного экономического университета
кандидат педагогических наук, доцент *И. В. Чельшева*;
доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики
Белорусского государственного университета
кандидат филологических наук, доцент *А. А. Градюшко*

Сведения о программном обеспечении:

современные программы просмотра веб-страниц (браузеры) Opera, Mozilla Firefox, Google Chrome и другие. Такие браузеры не нуждаются в дополнительных настройках и осуществляют открытие PDF-файла при нажатии на соответствующую ссылку.

Редактор технический *Е. И. Дзен*
Корректор *Н. П. Ковалькова*

Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь».
Ул. Крупской, 67, 212011, Могилев, тел. +375 222 72 41 58.
www.institutemvd.by

Дата подписания к использованию: 22.12.2023.
Объем 1,78 Мб. Заказ № 13.

[Перейти к сведениям об издании 1 2](#)

[Перейти к статьям](#)

УДК 378.147

Е. Н. Антонова

*аспирант кафедры педагогики, психологии и философии
Краснодарского государственного института культуры (Россия)*

ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МЕДИАТЕКСТОВ КАК КЕЙСОВ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Одной из наиболее сложных проблем современного профессионального образования является то, что, получив солидную теоретическую научную подготовку, студенты испытывают значительные трудности в «переводе» освоенной информации в плоскость практических действий и профессионального аналитического опыта. Технология профессионального обучения кейс-стади, история которой приближается уже к сотне лет, способна сыграть заметную роль в профессиональной адаптации студентов и установлении в образовательном процессе «мостов» между теорией и практикой. В статье рассматриваются дидактические особенности использования медиатекстов как кейсов в системе профессионального обучения.

E. N. Antonova

On the use of media texts as cases in the system of vocational education

One of the most difficult problems of modern vocational education is that, having received a solid theoretical scientific training, students experience significant difficulties in «translating» the acquired information into the plane of practical actions and professional analytical experience. The case-study technology of vocational training, whose history is already approaching a hundred years, can play a significant role in the professional adaptation of students and the establishment of «bridges» between theory and practice in the educational process. The author's pedagogical experience shows that the integration of case study technology with the technology of integrated media education opens up useful prospects for improving the professional training of students. The article deals with the didactic features of the use of media texts as cases in the system of vocational training.

По мнению многих отечественных и зарубежных педагогов, технология обучения, терминологически обозначаемая «кейс-стади» (англ. — *case study*), уже доказала свою эффективность как инструмента развития у студентов аналитических способностей и опыта разрешения стандартных и проблемных профессиональных ситуаций. Вот почему, например, североамериканская бизнес-школа Уортона до 30 %, а Гарвардская до 90 % учебного времени отводят работе обучающихся с кейсами [1; 2; 3].

Кейсы — это взятые из «живой» профессиональной практики или же придуманные составителями, максимально приближенные к профессиональным реалиям проблемные ситуации, не имеющие готового и однозначного разрешения. Наличие в кейсе интриги (от лат. *intrico* — запутываю), то есть

скрытых от наблюдателя, неявных причинно-следственных связей и отношений, которые и предлагается «распутать», обеспечивает не только интеллектуальную, но и эмоциональную включенность студентов в процесс принятия решений. Благодаря работе с кейсами студенты формируют фонд когнитивных схем в формате знаний, умений, навыков восприятия, понимания, анализа, оценки и разрешения проблемных профессиональных ситуаций. В профессиональном обучении в качестве кейсов могут быть использованы специально отобранные и дидактически подготовленные (обработанные) медиатексты [4]. И. В. Рогозина определяет медиатексты как особого вида социальные дискурсы, порождающие в сознании воспринимающих субъектов определенную модификацию картины мира, на том основании, что, подчиняясь фрактальному принципу организации, они так или иначе отзеркаливают жизнь в ее важнейших проявлениях и ракурсах [5].

Однако эффективной реализации обучающих потенциалов медиатекстов в профессиональном обучении препятствует феномен, который с 1990-х гг. на страницах психолого-педагогической литературы обозначается термином «клиповое мышление». Этот термин относится к склонности индивида в восприятии мира и протекающих в нем процессов воспроизводить особенности организации информационных потоков, характерных для ряда популярных у молодежи медиатекстов. В частности, речь идет о контенте в формате компактных (сжатых во времени), эмоционально заразных сообщений — музыкальных и рекламных видеороликов (видеоклипов). Так, значительная часть музыкальных видеоклипов составляются из быстро сменяющихся статичных или динамических изображений, между которыми фактически отсутствует смысловая связь: смысл оттеснен на «второй план», уступая авансцену зрелищности. Констатация этого феномена дала основания известному медиапедагогу А. В. Федорову говорить о современной популяции молодежи как о «людях экрана», в сознании которых и сама жизнь может отражаться как хаотичный «набор пазлов» [6]. Наш педагогический опыт показывает, что синтез технологий кейс-стади и медиаобразования создает предпосылки для преодоления студентами недостатков клипового мышления и, благодаря «эффекту присутствия», способствует становлению умений анализа и разрешения проблемных профессиональных ситуаций.

В последующем, говоря о медиатекстах, мы будем иметь в виду художественные или документальные произведения (фильмы, телепередачи, ролики, размещенные в видеохостингах, сюжеты политических, культурных, профессиональных новостей, постановочные фотографии и т. п.) или их фрагменты, в которых цифровыми средствами зафиксированы динамические и статические сцены, содержащие определенные политические, социальные, духовно-

нравственные и профессиональные коллизии (от лат. *collisio* — столкновение). Анализ этих коллизий в процессе обучения стимулирует прирост профессиональной компетентности обучающихся, обогащение фонда профессионально значимых когнитивных схем восприятия, исследования, диагностики, оценки и разрешения стандартных и проблемных профессиональных ситуаций. Особо ценными в педагогическом плане являются медиатексты, в которых персонажи переживают психологическое состояние борьбы мотивов, профессионального выбора, кризиса. Характерными признаками медиатекстов являются:

а) *поликодовость*, то есть способность органично объединять в себе информацию, рассчитанную на разные сенсорные (чаще всего — зрительную и слуховую) и коммуникативные (вербальные, невербальные, знаковые, символические, образные и др.) системы, а также различающуюся по жанровым, стилистическим, идейным и др. признакам;

б) *медийность*, то есть опосредованность спецификой технических средств, каналов и технологий, с помощью которых медиатексты создаются, фиксируются, транслируются, воспринимаются и (в необходимых случаях) трансформируются;

в) *многофункциональность*, связанная с необычайно широким «фронтом» их (медиатекстов) влияния на отдельные личности, общности (например, субкультурные группы) и социум в целом через информирование, эмоциональное заражение, манипуляцию сознанием (вплоть до мировоззренческой интоксикации), репрезентацию интересов определенных социальных и имущественных страт, а также и со стимуляцией аналитических и познавательных практик, обеспечивающих повышение уровня адаптационной активности, социальной и профессиональной компетентностей личности;

г) *открытость* для оценок и интерпретаций, так как, не исключая возможности прямого суггестивного воздействия на личность и массы, в своем подавляющем большинстве медиатексты рассчитаны на встречную смыслопорождающую активность сознания реципиента и способны погружать обучающихся в ситуацию выбора.

В ходе работы с медиатекстом как кейсом студенты выполняют ряд действий:

– вербализируют проблему, в словесной форме характеризуют ее суть, вскрывают позитивные и негативные причинно-следственные связи; прогнозируют векторы ее дальнейшего развития (в ситуациях вмешательства и невмешательства), устанавливают критерии и показатели оценки эффективности и результативности предлагаемых решений; определяют звенья системы, неэффективность функционирования которых нарушила ее полноценную работу; определяют имеющиеся ресурсы оптимизации системы; предлагают способы

разрешения проблемы. Дело в том, что фиксируемые в структурах памяти когнитивные схемы могут носить как вербальный, так и невербальный характеры. Но транслируются другим они прежде всего посредством языка и речи. В условиях взаимодействия конкурирующих или диалогически дополняющих друг друга форм «умозрения и логик» обогащается их фонд. Поэтому в образовательном процессе необходимо обеспечить дискуссионные (диалогические по форме и смыслу) сопоставления, а иногда — конкурентные «сталкивания» смыслов, оценок, мнений, позиций. При этом важно обеспечить, во-первых, интеллектуальное сотрудничество и кооперацию, толерантное «вслушивание» в аргументацию других участников дискуссии; во-вторых, формирование логичной и аргументированной позиции в вопросах анализа, оценки и разрешения проблемной ситуации; в-третьих, постепенный перевод, интериоризацию диалога из внешней среды во внутренний план сознания;

– проявляют профессиональную и психологическую наблюдательность, выделяют главные, смыслонагруженные элементы медиатекста, отыскивают имплицитные смыслы реплик и поведенческих реакций персонажей, характеризуют события за рамками места и времени (хронотопа) непосредственно наблюдаемой ситуации. Студенты должны зафиксировать и понять скрытые смыслы внешних действий персонажей медиатекста, играющих роль «индикаторов» сложившегося или пока еще только назревающего конфликта:

а) междометий, слов, терминов, реплик, темпа, эстра- и паралингвистических особенностей речи и других компонентов невербального общения. В медиатекстах, кроме того, нередко используются изобразительно-выразительные (сравнения, аллегории, образы-символы, гиперболы, образный параллелизм и др.) и интонационно-синтаксические средства (интонация, художественные эпитеты, эллипсы, инверсии, повторы и т. д.), а также различные жанровые формы (притчи, проповеди, исповеди, очерки и др.);

б) предметной среды и ее атрибутов – оружия, машин, механизмов, одежды, аксессуаров и др.;

в) эмоционально окрашенных поведенческих реакций (ожиданий событий, тревожности, подавленности, агрессии, фрустрации и др.);

г) персонажей «второго плана» — в частности, типажей, действующих непосредственно в хронотопе сцены или за его рамками (например, людей, оказавших определенное влияние на персонажа в прошлом);

д) фактов, на которые ссылаются и которые осмысливают и оценивают персонажи медиатекста, планируя свою дальнейшую деятельность;

е) характерных особенностей речевого взаимодействия персонажей друг с другом и социальным окружением, а также «социальный фон» ситуации и др. Здесь может фиксироваться социокультурная языковая обусловленность

персонажа, связанная с особенностями артикуляции, интонации, расстановки акцентов, экспрессий речи, что связано с характеристиками доминирующей социокультурной среды персонажей и их этнокультурной принадлежностью.

Дидактическая подготовка медиатекстов для использования в качестве кейсов представляет собой не только разработку сопровождения в форме вопросов, комментариев, указаний и др., но и в необходимых случаях действия с самим источником: например, фрагментация и перемонтаж фрагментов, частичные отключения звука, применение зума (приближения), замедления действия и стоп-кадр.

Наш педагогический опыт показывает, что весьма полезным приемом в работе с медиатекстами является драматизация. Здесь студенты импровизируют «на темы» медиатекста, например, в форматах расследования обстоятельств, приведших к возникновению проблемной ситуации, пресс-конференции с персонажами медиатекста, инспекции подразделений предприятий или профессиональных организаций и др. При этом в процессе драматизации следует предусмотреть возможность ввода новых данных и свободный переход участников из роли в роль, чтобы избежать формирования жестких профессиональных шаблонов.

Осмысливая педагогические потенциалы медиатекстов в рамках технологии кейс-стади, необходимо отметить, что наряду с позитивным влиянием на развитие аналитических способностей и профессиональной наблюдательности студентов, работа с кейсами оказывает заметное стимулирующее воздействие на формирование их профессиональной мотивационно-смысловой системы. Погружение в проблемную профессиональную ситуацию позволяет студентам встать на позицию Другого, идентифицировать себя с профессией на определенном уровне социально-профессиональной иерархии [7]. Одновременно кейсы (при условии обеспечения их доступности через сервер вуза) могут стать ценным материалом для разворачивания аналитической активности студентов в условиях самостоятельной работы.

1. Александров Е. П. Дополнительное профессиональное образование в контексте гуманистической педагогической парадигмы : моногр. Краснодар : Изд-во КГИК, 2018. 203 с. [Вернуться к статье](#)

2. Гатауллин Р. М. CASE-технологии в высшем профессиональном образовании // Высшее образование сегодня. 2008. № 1. С. 43–45. [Вернуться к статье](#)

3. Долгоруков А. Метод case-study как современная технология профессионально-ориентированного обучения [Электронный ресурс]. URL: http://www.vshu.ru/lections.php?tab_id=3&a=info&id=2600 (дата обращения: 23.03.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

4. Александров Е. П. Использование медиатекстов в обучении специалистов в сфере права // Философия права. 2014. № 2 (63). С. 81–84. [Вернуться к статье](#)

5. Рогозина И. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект : моногр. М. ; Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2003, 289 с. [Вернуться к статье](#)
6. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность : моногр. Таганрог : Кучма, 2004. 340 с. [Вернуться к статье](#)
7. Александров Е. П., Лащева Е. В. О смысловых барьерах профессиональной идентичности студентов // Культурная жизнь Юга России. 2017. № 4 (67). С. 77–80. [Вернуться к статье](#)

УДК 372.881.1

У. Б. Балабанаў

*выкладчык кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін
Магілёўскага інстытута МУС (Беларусь)*

АБ ПРАКТЫЦЫ СТВАРЭННЯ ЭЛЕКТРОННАГА НАВУЧАЛЬНАГА ВЫДАННЯ ДЛЯ ПРАФЕСІЙНА АРЫЕНТАВАНАГА НАВУЧАННЯ ЗАМЕЖНАЙ МОВЕ

У артыкуле прадстаўлена меркаванне аўтара па праблеме распрацоўкі электронных навучальных выданняў для прафесійна арыентаванага навучання англійскай мове і звязаныя з гэтым цяжкасці падбору тэарэтычных і практычных матэрыялаў, тэкстаў, інтэрактыўных заданняў, а таксама выбару аптымальных праграмных сродкаў.

V. B. Balabanov

On the experience of creating an electronic educational tool for vocationally oriented teaching of a foreign language

The article presents the author's views on the problem of developing electronic educational tool for professionally oriented teaching of the English language and the related difficulties of selecting theoretical and practical materials, texts, interactive tasks, as well as the choice of optimal software tools.

Распрацоўка электронных сродкаў навучання англійскай мове заснавана на некалькіх прынцыпах, якія забяспечваюць эфектыўнасць і зручнасць іх выкарыстання. Яны павінны ўлічваць індывідуальныя асаблівасці навучэнцаў і адаптавацца да іх узроўню ведаў і запатрабаванняў, даваць магчымасць актыўна ўзаемадзейнічаць з матэрыяламі навучання, быць даступнымі і зручнымі, у тым ліку і для людзей з малым карыстальным досведам, павінны мець зручны, інтуітыўна зразумелы графічны інтэрфейс у прыемнай каляровай гаме. Электронныя сродкі навучання павінны выкарыстоўваць розныя мультымедычныя тэхналогіі, такія як аўдыя, відэа, выявы і анімацыі, каб узмацніць эфект навучання і зрабіць працэс больш цікавым і прывабным. Яны павінны прадастаўляць зваротную сувязь карыстальнікам па іх выніках і поспехах, каб дапамагчы ім палепшыць свае навыкі і ўзровень валодання англійскай мовай. Зваротная сувязь можа быць як аўтаматычнай (напрыклад, праверка правільнасці выканання заданняў), так і персанальнай (напрыклад, з выкладчыкам). Электронныя сродкі навучання павінны стымуляваць матывацыю карыстальнікаў і дапамагаць ім падтрымліваць цікавасць да вывучэння мовы [1].

Існуе мноства тыпаў электронных сродкаў навучання англійскай мове: электронныя падручнікі (электронныя версіі традыцыйных друкаваных падручнікаў, якія змяшчаюць інтэрактыўныя заданні, відэа і аўдыяматэрыялы, а таксама спасылкі на дадатковыя рэсурсы), мультымедычныя анлайн-курсы (праграмы, якія забяспечваюць навучанне англійскай мове праз выкарыстанне розных мультымедычных фарматаў, уключаючы відэаўрокі, аўдыяфайлы, практыкаванні на вымаўленне, тэсты і пісьмовыя заданні), мабільныя праграмы (для выкарыстання на мабільных прыладах, зручныя для самастойнага вывучэння англійскай мовы ў любым месцы і ў любы час), відэаўрокі (відэаматэрыялы і курсы, якія ствараюцца выкладчыкам самастойна, а таксама гатовыя сеткавыя рэсурсы, якія можна знайсці на такіх платформах, як Coursera, Udemy, LinkedIn Learning і г. д.), вэб-сайты і блогі (анлайн-рэсурсы, якія змяшчаюць урокі, практыкаванні, мультымедыя і парады па вывучэнні мовы), віртуальныя класы і канферэнцыі (анлайн-платформы, якія даюць магчымасць для навучання англійскай мове ў рэжыме рэальнага часу з выкладчыкам на базе розных платформаў, такіх як Zoom, Skype, Google Meet і інш.), інтэрактыўныя анлайн-сэрвісы (напрыклад, сэрвісы для навучання англійскай мове праз чытанне кніг, праслухоўванне аўдыя і прагляд відэа, сэрвісы для практыкі граматыкі, вымаўлення і слоўнікавага запасу) і інш. Усе гэтыя тыпы электронных сродкаў навучання англійскай мове могуць быць карыснымі для паляпшэння навыкаў валодання англійскай мовай у залежнасці ад індывідуальных патрэб навучэнцаў [2].

Пры распрацоўцы электроннага навучальнага выдання для прафесійна арыентаванага навучання курсантаў англійскай мове па вучэбнай праграме Магілёўскага інстытута МУС мы абапіраемся на прынцып аптымальнага камбінавання пералічаных вышэй методак і тэхналогій, зыходзячы з існуючай матэрыяльна-тэхнічнай базы і асаблівасцей арганізацыі навучальнага працэсу [3].

Выкарыстанне электронных сродкаў прафесійна арыентаванага навучання юрыдычнай англійскай мове мае шэраг пераваг перад традыцыйнымі друкаванымі выданнямі. Яны дазваляюць курсантам вывучаць юрыдычную англійскую мову ў зручны час і ў зручным тэмпе, а таксама выкарыстоўваць розныя фарматы навучання, такія як праца з тэкставай інфармацыяй, тэматычнымі відэафрагментамі, інтэрактыўнымі практыкаваннямі. У рамках працы над электронным сродкам навучання англійскай мове ёсць магчымасць якасна рэалізаваць індывідуальны падыход да навучання, дазваляючы курсантам вывучаць мову ў адпаведнасці з іх патрэбамі, бягучым узроўнем ведаў і графікам адукацыйнага працэсу. На пачатковым этапе стварэнне якаснага электроннага сродку навучання ўяўляецца вельмі працаёмкім і фінансавана затратным

працэсам. Аднак у канчатковым выніку з'яўляецца заканамерная тэндэнцыя да аптымізацыі затрат за кошт адсутнасці патрэбнасці ў перыядычным выданні шматтыражных друкаваных дапаможнікаў і падручнікаў. Інфармацыйнае напаўненне электроннага прафесійна арыентаванага вучэбнага выдання па англійскай мове значна прасцей падтрымліваць у актуальным стане шляхам сістэматычнага ўнясення змяненняў у сувязі з абнаўленнем заканадаўства і нарматыўна-прававых актаў, а таксама па іншых аб'ектыўных прычынах сацыякультурнага або прафесійнага характару. Выкарыстанне электронных сродкаў навучання дазваляе курсантам не толькі сфарміраваць навыкі працы з моўным прафесійна арыентаваным матэрыялам, але і ўдасканалваць практычныя навыкі перакладу юрыдычных дакументаў.

Існуе мноства платформаў і камп'ютарных праграм, якія дазваляюць ствараць электронныя сродкі навучання англійскай мове (напрыклад, Articulate Storyline, Adobe Captivate, Camtasia, Moodle, Edmodo, Hot Potatoes, eXe Learning, Quizlet). Канчатковы выбар праграм і платформаў залежыць ад запатрабаванняў і мэт карыстальнікаў. У рамках працы над прафесійна арыентаваным сродкам навучання англійскай мове для курсантаў Магілёўскага інстытута МУС намі быў праведзены параўнальны аналіз існуючага свабодна распаўсюджанага праграмнага забеспячэння, у якасці асноўнай платформы быў выбраны «eXe Learning» з магчымасцю інтэгравання мультымедыя, а таксама асобных інтэрактыўных элементаў, якія ствараюцца на базе праекта «Hot Potatoes». Падобная камбінацыя платформаў дазваляе ствараць электронныя сродкі навучання, якія па сваёй структуры і інтэрфейсе нагадваюць вэб-сайт, які змяшчае тэкставую, мультымедыйную, інтэрактыўную навучальную інфармацыю. Платформа «eXe Learning» з'яўляецца бясплатнай са свабодным зыходным кодам, прызначанай для стварэння электронных падручнікаў і курсаў. Яна мае некалькі пераваг для стварэння электронных падручнікаў па англійскай мове. Гэты праграмны прадукт мае інтуітыўна зразумелы інтэрфейс і не патрабуе асаблівых навыкаў праграмавання, што робіць яго даступным для карыстальнікаў. Платформа «eXe Learning» дазваляе ўключаць у падручнік мноства розных элементаў, такіх як тэкст, выявы, аўдыя- і відэафайлы, інтэрактыўныя заданні, тэсты і многае іншае. Падручнікі, створаныя ў «eXe Learning», могуць быць апублікаваны ў розных фарматах, у тым ліку для анлайн-навучання ці на лакальным камп'ютары. Бяспрэчнай перавагай падобнай распрацоўкі з'яўляецца магчымасць яе выкарыстання як на асобным персанальным камп'ютары без доступу да сеткі, так і ў дыстанцыйным рэжыме з размяшчэннем выдання на серверы навучальнай установы з забеспячэннем доступу да яго праз інтэрнэт або праз лакальную сетку навучальнай установы [3].

Пры планаванні распрацоўкі электроннага выдання для прафесійна арыентаванага навучання юрыдычнай англійскай мове па вучэбнай праграме Магілёўскага інстытута МУС быў зроблены выбар на карысць мультымедыйнага выдання ў форме электроннага падручніка ў фармаце HTML5, які ўключае неабходны аб'ём тэкставага, інтэрактыўнага, мультымедыйнага моўнага матэрыялу. Абраны фармат HTML5 выгадна адрозніваецца ад іншых фарматаў найшырэйшымі магчымасцямі пры адносна сціпрых патрабаваннях да сістэмных рэсурсаў персанальных электронных прылад. У выніковым варыянце электроннае выданне прадстаўлена папкай з файламі, для працы з якімі дастаткова мець звычайны інтэрнэт-браўзэр. Кожная старонка падручніка прадстаўлена асобным не занадта аб'ёмным файлам, што зусім не запавольвае працу нават не занадта сучасных прылад. Акрамя таго, бяспрэчнай перавагай фармату HTML5 з'яўляецца яго кросплатформеннасць (магчымасць выкарыстання навучальнага выдання на розных лічбавых прыладах з рознымі аперацыйнымі сістэмамі без неабходнасці ўстаноўкі спецыяльнага праграмнага забеспячэння: ад персанальных камп'ютараў да смартфонаў, ад Windows да Android) [4].

Аптимальная структура і змест электроннага падручніка па англійскай мове для навучання ва ўстановах вышэйшай адукацыі могуць адрознівацца ў залежнасці ад канкрэтнай спецыяльнасці, узроўню складанасці і мэт навучання. Электронны падручнік павінен быць арганізаваны і структураваны такім чынам, каб курсанты маглі лёгка арыентавацца ў ім. Напрыклад, у электронным падручніку, які распрацоўваецца намі, увесь навучальны матэрыял у адпаведнасці з патрабаваннямі вучэбнай праграмы падзелены на 19 тэм, кожная з якіх уключае 3 ці 4 практычныя заняткі. У сваю чаргу, кожны практычны занятак таксама мае аднатыпную структуру з падзелам на два блокі матэрыялаў: для аўдыторнай і для самастойнай працы. Увесь матэрыял, як ужо адзначалася вышэй, уключае неабходны тэкставы, лексічны, граматычны, інтэрактыўны і мультымедыйны матэрыял. Багацце навучальнага матэрыялу спрыяе захаванню прынцыпу адаптыўнасці да розных узроўняў курсантаў і выбару тэмпу і метадаў навучання. Інтэрактыўныя лексіка-граматычныя заданні распрацоўваюцца з улікам неабходнасці забяспечыць бесперабойную працу з падручнікам нават ва ўмовах адсутнасці падключэння да Сеткі. Такім чынам, у навучальным выданні прадугледжаны трэніровачныя тэставыя заданні з аўтаматычнай праверкай правільнасці, але без захавання вынікаў у базе даных на серверы. Для статыстыкі бягучай паспяховасці ёсць магчымасць выкарыстання сеткавага тэсціравання з захаваннем падрабязнага выніку на серверы навучальнай установы або на выдаленым серверы ў сетцы Інтэрнэт. Такую статыстыку нельга лічыць абсалютна аб'ектыўнай ў сувязі з рызыкай нядобрасумленнага дыстанцыйнага выканання заданняў курсантамі без візуальнага кантролю з боку выкладчыка.

Тым не менш з метадычнага пункту гледжання захаванне вынікаў выканання тэставых заданняў на серверы заклікана дадатна паўплываць на матывацыю і дысцыплінаванасць курсантаў [5].

Гаворачы аб працэсе стварэння электроннага навучальнага рэсурсу па англійскай мове, неабходна прадугледзець модуль суправаджальнай інфармацыі метадычнага і арганізацыйнага характару (даведачная інфармацыя, рэкамендацыі па вывучэнні ўсёй дысцыпліны ў цэлым і кожнай асобнай тэмы ў прыватнасці, а таксама форму для зваротнай сувязі з аўтарамі выдання або выкладчыкамі для размяшчэння водгукаў або апэратыўнай дыстанцыйнай кансультацыі). Акрамя таго, досвед часавага змушанага пераходу на выдаленую форму правядзення практычных заняткаў у сувязі з аб'ектыўнымі форс-мажорнымі абставінамі (як у выпадку з пандэміяй Covid-19) падказаў, што ў структуру электроннага навучальнага выдання мае сэнс інтэграваць доступ да бясплатнага браўзернага анлайн-сэрвісу для арганізацыі відэаканферэнцый (напрыклад, Jitsi Meet, peregovorka.by, BigBlueButton і інш.) Падобныя сэрвісы, як правіла, не патрабуюць рэгістрацыі, але маюць шырокі функцыянал для групавой відэасувязі, выкарыстоўваць якую можна не толькі для правядзення практычных заняткаў у дыстанцыйнай форме, але і для перыядычных кансультацый курсантаў з выкладчыкам [6].

У цэлым стварэнне якаснага электроннага навучальнага выдання па замежнай мове ўласнымі сіламі выкладчыкаў з'яўляецца вельмі складаным і працаёмкім працэсам, які патрабуе ад распрацоўшчыкаў мультыпрофільных навыкаў, якія ўключаюць высокі ўзровень прафесійнай моўнай і метадычнай падрыхтоўкі ў спалучэнні з упэўненымі навыкамі працы з тэхналогіямі не толькі на ўзроўні карыстальніка, але і ў сукупнасці з навыкамі распрацоўніка, адладчыка, тэсціроўшчыка праграмага забеспячэння. Выніковы прадукт абавязкова павінен праходзіць іншую экспертызу з мэтай ацэнкі якасці моўнага матэрыялу, метадыкі яго арганізацыі і структуравання, а таксама зручнасці інтэрфейсу.

1. Lappo E. N. Advantages of electronic textbooks in studying foreign languages [Электронный ресурс] // Языковая компетентность: методические аспекты практико-ориентированного образования : сб. науч. ст. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2020. С. 144–148. 1 электрон. опт. диск (CD-R). [Вернуться к статье](#)

2. Ляппо Е. Н. Electronic textbook as an effective resource for professionally oriented foreign language teaching. // Обеспечение безопасности жизнедеятельности: проблемы и перспективы : сб. материалов XIV междунар. науч.-практ. конф. курсантов (студентов), слушателей и адъюнктов (аспирантов, соискателей) ученых : в 2 т. Минск : УГЗ, 2020. Т. 2. С. 309–310. [Вернуться к статье](#)

3. Балабанов В. Б., Балабанова Т. Н. Об особенностях комбинирования в электронном учебном издании по иностранному языку интерактивных заданий в онлайн и оффлайн форматах // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте — VII : сб. науч. ст. / под ред. Е. Е. Иванова. Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2022. С. 240–246. [Вернуться к статье](#)

4. Балабанов В. Б. К вопросу о выборе программных средств для разработки электронного учебного издания по иностранному языку // Правоохранительные органы: теория и практика. 2022. № 1 (42). С. 195–198. [Вернуться к статье](#)

5. Балабанов В. Б. Особенности структуры и содержания электронного учебного издания по иностранному языку // Языковая компетентность: методические аспекты практико-ориентированного образования [Электронный ресурс] : сб. науч. ст. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венедиктов (отв. ред.) [и др.]. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2020. С. 13–17. [Вернуться к статье](#)

6. Балабанов В. Б., Балабанова Т. Н. К вопросу об использовании элементов технологий дистанционного обучения иностранным языкам, интегрированных в электронное учебное издание // Актуальные вопросы права, образования и психологии : сб. науч. тр. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: В. В. Борисенко (председ.) [и др.]. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2021. Вып. 9. С. 155–159. [Вернуться к статье](#)

УДК 81

Е. С. Бульбенко

*преподаватель кафедры иностранных языков
Волгоградской академии МВД России,
кандидат филологических наук*

ДЕКОДИРОВАНИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ЭМОЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

В статье анализируется современная коммуникация в СМИ. На основе фрагментов СМИ выявлены языковые единицы как с положительной коннотацией, так и с отрицательной. Установлено, что примеры с отрицательной коннотацией, а, следовательно, заряженные отрицательными эмоциями, значительно доминируют по сравнению с языковыми единицами с положительной стилистической и эмоциональной окраской. Этот фактор не может не сказываться на современной коммуникативной картине мира, которая характеризуется не только глобализацией, но и негативным информационным влиянием на человека говорящего.

E. S. Bulbenko

Decoding negative emotions in modern media

The main point made in the article is the following: we have identified such negative emotions as fear, threat, anger, fright, panic, horror, etc. They are decoded in the media of Russian linguistic and cultural community, which are expressed implicitly, explicitly, metaphorically, etc. The negative emotions that are indicated in the article may be dangerous both for a person himself or herself and for the communication and society itself. When analyzing the language material, namely, the language means decoding negative emotions in the Russian language, we have found out that there is a high probability of a certain negative informational influence on a communicative personality. It should be pointed out that negative emotions can worsen the mood of a person, be the result of unproductive thinking, increase the level of stress and also worsen the well-being of a person.

Современная реальность характеризуется происходящими глобализационными процессами. Так, научно-технический процесс постоянно предоставляет обществу новые возможности для быстрого развития и достижения различных целей практически во всех сферах общественной жизни. Безусловно, данный процесс не может не затрагивать и язык коммуникативной личности. Современная коммуникация характеризуется максимальным «комфортом», т. е. сокращением или преобразованием уже существующих языковых единиц, а также возникновением новых [1].

Актуальность темы данной статьи обусловлена важной ролью эмоций в жизни современного человека как феномена, определяющего национальную специфику общества, поскольку эмоции — это сложный продукт духовной и

познавательной деятельности человека говорящего. «...Все люди являются одновременно языковыми и эмоциональными животными. Это означает, что речь, мысли и эмоции языковых личностей переплетены, и баланс между *ratio* и *emotio* довольно часто нарушен эмоциональным перевесом» [2, с. 45].

В данной статье предметом нашего научного интереса являются языковые средства описания эмоций. Отметим, что в условиях глобализации преимущественно английский язык был, остается и, вероятно, еще долгое время будет являться основным языком международной коммуникации, особенности которого распространяются и на другие языки. К примеру, относительно недавно в русском языке появились следующие новые номинации предметов, явлений, событий, действий, которые заимствованы из английского языка: *менфри* (одинокие или свободные женщины), *проапгрейдить* (обновлять, модернизировать), *дропнуть* (бросить), *мэнсплейнинг* (снисходительное или неуважительное отношение к женщине со стороны мужчины, связанное с предположением о некомпетентности женщины в теме), *бэсти* (лучший друг), *хайли лайкли* (весьма вероятно), *криповый* (страшный), *мейт* (человек, к которому испытываешь теплые чувства), *пранк* (розыгрыш с издевкой), *пруф* (доказательство), *кешбук* (книжка или блокнот для записи доходов и расходов), *кешбэк* (возвращенные банком бонусы или часть денег), *гаджет* (функциональное, портативное техническое приспособление), *миллениалы* (поколение, выросшее в период активного развития техники, люди, родившиеся с 1981 по 1996 гг.), *рандомный* (случайный), *самокоучинг* (набор техник, которые помогают эффективно работать над собой и добиваться поставленных целей), *игреки* («Величайшее поколение», люди, которые родились с 1900 по 1920 гг., в нестабильную эпоху смены власти, революции, глобальных потрясений, прошли как минимум через одну войну), *хайп* (ажитаж или шумиха в СМИ), *диджитал* (сфера, в которой используют интернет и цифровые устройства для продвижения товаров и услуг), *рофл* (очень смешная ситуация), *скилл* (навык), *саспенс* (состояние тревожного ожидания, беспокойства) и др.

Приведенные примеры являются не просто новыми, а так называемыми «новомодными словами» и повсеместно функционируют в современной коммуникации преимущественно у русскоязычных носителей языка. Данные слова обладают определенной «эмоциональной нагрузкой», которая напрямую воздействует на человека, т. е. несет эмоциональный посыл, заключая в себе основные составляющие базовых эмоций. «Языковых личностей всех культур объединяет то, что все они испытывают универсальные эмоции: гнев, радость, страх, счастье, горе, ненависть и др. Однако распределение этих универсальных эмоций, их интенсивность, акцентирование в речевых актах различно как

на уровне языковой личности, так и на национально-культурном уровне» [2, с. 46].

Полученные нами данные в результате анализа лексических номинаций предметов, событий или явлений в многочисленных фрагментах СМИ позволили сделать вывод о том, что преимущественно отрицательные эмоции «запечатаны» в языковых единицах. Такие эмоции значительно доминируют по сравнению с положительными эмоциями, например, *мэнсплейнинг (неуважение), криповый (страх), саспенс (тревога, беспокойство)* и др. Эмоция считается отрицательной при неприятном, негативном субъективном фоне, и, соответственно, положительной при приятном, положительном фоне. В данных примерах декодируются такие отрицательные эмоции, как *неуважение, страх, тревога, беспокойство*.

Согласно нашим наблюдениям, перечисленные в данной статье номинации новых понятий и явлений для подавляющего большинства коммуникантов современного общества по большей части транслируются через языковое пространство системы СМИ. Повседневная коммуникативная деятельность индивидуумов в информационном пространстве напрямую характеризуется зависимостью от медиaprостранства. Современный мир не может не восприниматься через призму языка массовой коммуникации (далее — МК). МК — это некая языковая реальность, находящаяся в центре современных языковых процессов. Кроме того, МК представляет собой модель современного национального языка, в котором взаимодействуют его литературная основа и нелитературные сферы [3].

Массовая коммуникация определяется нами как система социального взаимодействия, в центре внимания которой находится непосредственно общество, коррелирующее с конкретными внутренними культурными характеристиками [1, с. 33]. Общеизвестно, что СМИ оказывают определенное информационное влияние на общество, зачастую это влияние может быть как положительным, так и отрицательным.

Помимо современных англицизмов, приведем примеры языковых номинаций, предметов и явлений, окрашенных не только эмоционально, но и стилистически (метафорически, образно и пр.), например, *фаршебно-волшебно; жизнь замурчательна; информационная гигиена; интернет-ополчение; одной ногой в отставке (о Борисе Джонсоне); мухи отдельно, суп отдельно; движение фигур на доске; парная война; летать не на боингах, а на телегах ездить; лед тронулся; идти маленькими шажками по тоненькой дорожке* и др.

На основе анализа отобранных нами языковых средств из фрагментов современных СМИ мы пришли к выводу о том, что в большей части примеров декодируются отрицательные эмоциональные состояния (67 % — отрицательные,

33 % — положительные). Эмоции, в частности, рассматриваемые нами отрицательные эмоции, могут быть выражены как эксплицитно, т. е. открыто, полным непосредственным словесным выражением, так и имплицитно, т. е. скрыто, неявно.

Так, в следующих примерах приведены лексические средства русского языка, которые участвуют в передаче отрицательных эмоций эксплицитно: *позиция невозможности использовать требования и угрозы; подогреть ложь об угрозе; страшная потенциальная угроза; терпеть угрозу от первого потенциального врага; лупить, чтобы вызвать панику; последние события нагнетают у жителей города страх; реальный страх; чудовищный ужас; ужас, что творится; испугать войной, неоднократная обеспокоенность: страшно пугать; пугать Россию; угроза развертывания войск и др.*

В рассматриваемых примерах ярко выражены следующие отрицательные эмоции: *обеспокоенность, угроза (озлобленность), испуг, паника, страх, ужас.* Имплицитное выражение отрицательных эмоций дешифруется в таких лексических номинантах, как, к примеру: *вам тоже достанется; надежды больше нет; не ожидайте, что помогут; все плохое возможно; серьезный риск; это сильно; экономика обрушится; нашему терпению пришел конец; вторгнуться в медийном смысле; жуткие и смертоносные санкции; международный аэропорт обогревают дровами; исторически низкие запасы газа; кошмарить мирное население; достать из-под земли и др.*

Приведенные примеры имплицитно транслируют отрицательные эмоции (*угроза, отчаяние, страх, боязнь, переживание, паника, кошмар*), так как в их состав входят следующие лексемы или значения: «*плохой*», «*риск*», «*обеспокоенность*», «*страх*», «*жуткий, смертоносный*», «*исторически низкий*», «*кошмарить*».

Согласно исследованиям В. И. Шаховского, для русскоязычного населения типичными являются такие отрицательные эмоции, как *отчаяние, страх, озлобленность, неуважительность и др.* (для сравнения: у англоязычных носителей языка преобладают такие положительные эмоциональные состояния, как *счастье, самодовольство, дружелюбность и др.*) [2, с. 46]. В качестве подтверждения этого высказывания – указанные нами в статье примеры эксплицитного и имплицитного выражения отрицательных эмоций.

Рассмотрим примеры из СМИ, в которых отрицательные эмоции выражены метафорически или при помощи образных выражений: *выглядеть так, как будто слезы потекли из глаз; ползучие наступления; взять курс на подрыв архитектурных отношений; слабый в коленках; дипломатический тупик; грязными сапогами вторгнуться на территорию; (не) вторгаться в квартиру (о территории государства); оставаться в рамках «красных линий»*

(на территории суверенных государств); зона дипломатов закончилась, началась военно-техническая; мы запрягали очень долго, пора переходить к решительным действиям; чувствовать, что корабль тонет; кошмарное варенье; словесная мишура; жизнь теряет блеск и др.

Итак, современный язык — это сеть отношений, посредством которых личность воспринимает мир, отражает происходящее в обществе и окружающем мире, отображает восприятие информации, которая, в свою очередь, оказывает определенное информационное влияние на человека и общество.

Эмоции демонстрируют первичную реакцию человека на какое-либо событие, дают возможность оценить это событие. С одной стороны, без оценочной коммуникативной деятельности человеку говорящему не представляется возможным эффективно взаимодействовать с окружающим миром. С другой стороны, коммуникативная личность способна контролировать внешнее выражение эмоций. Реальные изменения могут произойти только тогда, когда человек научится новым внутренним эмоциональным реакциям самостоятельно или с помощью специалиста. Это объясняет возможности выбора, оценки, а также уменьшения значимости негативных явлений и соответствующих эмоций в жизни для индивидуума.

В данной статье мы выявили отрицательные эмоции, декодированные в СМИ русского лингвокультурного сообщества, которые могут быть выражены имплицитно, эксплицитно, метафорически и пр. Отметим, что указанные эмоции могут нести в себе опасность как для самой личности, так и для ее окружения. При анализе языковых средств, декодирующих отрицательные эмоции в русском языке, нами установлено, что велика вероятность определенного негативного информационного влияния на современного человека: отрицательные эмоции могут ухудшить настроение коммуникативной личности, настроить на непродуктивное мышление, повысить уровень гормонов стресса, и, как результат, ухудшить самочувствие человека в целом.

1. Бульбенко Е. С. Английские заимствования в массмедийной коммуникации // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания : науч.-метод. журн. № 1 (22). Киров : НРГ «Университет-Плюс», 2022. С. 32–36. [Вернуться к статье](#)

2. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций : моногр. М. : Гнозис, 2008. 416 с. [Вернуться к статье](#)

3. Солганик Г. Я. Введение [Электронный ресурс]. URL: <https://lib.sale/journalistika-knigi/vvedenie-solganik-71551.html> (дата обращения: 21.03.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

УДК 159.922

С. В. Венідзіктаў

начальнік кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін
 Магілёўскага інстытута МУС,
 кандыдат філалагічных навук, дацэнт (Беларусь)

ДЭВІЯЦЫІ АСОБЫ Ё ПРАСТОРЫ ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫІ

У артыкуле абагульняюцца асноўныя праявы дэвіяцый у прасторы інтэрнэт-камунікацыі, іх прычыны і прыкметы. Раскрываецца змест трох груп камунікатыўных дэвіяцый: рознага роду залежнасцей, праяў кіберагрэсіі, сэксуальных дэвіяцый. Аналізуецца змест стадыі развіцця інтэрнэт-дэвіяцый. Прапанаваны напрамкі прафілактыкі дэструктыўных з'яў у сеткавай прасторы, звязаныя з фарміраваннем інфармацыйнай культуры інтэрнэт-карыстальнікаў.

S. V. Venidziktau

Personal deviations in the space of internet communication

The article summarizes the main manifestations of deviations in the space of Internet communication, their causes and signs. The content of three groups of communicative deviations on the Web is revealed: various kinds of addictions, manifestations of cyber aggression, sexual deviations. The content of the development stages of Internet deviations is analyzed. Directions for the prevention of destructive phenomena in the network space, related to the formation of the information culture of Internet users, are proposed.

Дэвіянтныя паводзіны — гэта ўстойлівыя паводзіны асобы (групы), якія адхіляюцца ад найбольш важных сацыяльных норм, наносяць рэальны ўрон грамадству або самой асобе (групе), а таксама суправаджаюцца яе сацыяльнай дэадаптацыяй [1]. Віртуалізацыя сацыяльнага ўзаемадзеяння, выкліканая эвалюцыяй інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій, выцясненнем традыцыйных відаў камунікацыі лічбавымі, развіццём інтэрнэт-прасторы як новага асяроддзя для рэалізацыі сацыяльных практык, прывяла да заканамернага пашырэння праяў дэвіяцый. У сувязі з гэтым у якасці адносна новага сацыяльна-асобаснага феномену можна разглядаць камунікатыўныя дэвіяцыі, якія звязаны з адхіленнем ад сацыяльных і камунікатыўных норм узаемадзеяння ў інтэрнэт-асяроддзі. Дадзены тып дэвіяцый, на наш погляд, суадносіцца з узроўнем інфармацыйнай культуры асобы і адлюстроўвае агульны стан яе інфармацыйнай бяспекі (у шырокім разуменні гэтага тэрміна).

Перадумовамі распаўсюджвання дэвіяцый у інтэрнэце з'яўляюцца: узнікненне новых фактараў для рэалізацыі індывідуальнай схільнасці да залежных паводзін, кампенсацыя псіхалагічных комплексаў, адсутнасць звыклых этычных бар'ераў, адносна ананімнасць паводзін, магчымасць выкарыстання пераваг

інтэрнэт-камунікацыі для дасягнення палітычнай і/ці эканамічнай перавагі і інш. Аднак, варта весці гаворку пра тры асноўныя групы дэвіяцый у інтэрнэце: рознага роду залежнасці, праявы кіберагрэсіі, сэксуальныя дэвіяцыі.

Псіхалагамі вылучаецца пяць падтыпаў інтэрнэт-залежнасці:

а) кіберсэксуальная залежнасць — непераадольная цяга да наведвання порнасайтаў, абмеркавання сэксуальнай тэматыкі ў чатах або закрытых групах «для дарослых»;

б) залежнасць ад віртуальных знаёмстваў — празмерная колькасць знаёмых і сяброў у інтэрнэце, сістэматычныя новыя знаёмствы ў чатах, групавых гульнях і анлайн-марафонах;

в) паталагічная прыхільнасць да азартных гульняў у інтэрнэце, набыцця тавараў і паслуг або ўдзелу ў аўкцыёнах;

г) інфармацыйная перагрузка — паталагічная навігацыя, пошук інфармацыі па базах даных і пошукавых сайтах;

д) гульнявая залежнасць — непераадольнае імкненне праводзіць як мага больш часу ў камп'ютарных гульнях у анлайн-рэжыме [2].

Асноўнымі прыкметамі інтэрнэт-залежнасці з'яўляюцца:

а) талерантнасць: колькасць часу, які трэба правесці ў інтэрнэце, каб дасягнуць задавальнення, прыкметна ўзрастае;

б) сіндром адмовы: карыстальнік здзяйсняе спробы адмовіцца ад інтэрнэту або праводзіць у ім менш часу, што прыводзіць яго да дрэннага самаадчування, якое выяўляецца двума або больш сімптомамі: псіхаматорнае ўзбуджэнне, трывога, дакучлівыя разважанні аб тым, што зараз адбываецца ў Сетцы; адвольныя або міжвольныя рухі пальцамі, якія нагадваюць набор на клавіятуры.

У любой сваёй праяве інтэрнэт-залежнасць выклікае зніжэнне і парушэнне сацыяльнай, прафесійнай, іншай дзейнасці. Залежнасць можа выражацца колькасна (па часе, праведзеным у Сетцы) і якасна — па мэтах і задачах, якія вырашаюцца з дапамогай інтэрнэту. Адною з распаўсюджаных задач з'яўляецца атрыманне эмацыйнага задавальнення або іншай выгады з дапамогай агрэсіўных паводзін — т. зв. кіберагрэсіі. Гэтым тэрмінам абазначаецца форма дэвіянтных паводзін у інтэрнэт-асяроддзі, якая можа выражацца ў абразгах, знявагах, здзеках, маніпуліраванні, агрэсіўных нападках, пераследах праз камунікацыйныя тэхналогіі. Агрэсары звычайна разлічваюць на ананімнасць і не прымаюць да ўвагі магчымасць наступлення адказнасці за свае дзеянні. Інтэрнэт-карыстальнікі, не асцерагаючыся патэнцыйнага пакарання, дазваляюць сабе значна больш, чым у звычайным жыцці, дзе за выказванні і ўчынкі даводзіцца несці адказнасць (па законах маралі, адміністрацыйнага або крымінальнага заканадаўства).

Асноўнымі формамі кіберагрэсіі выступаюць тролінг, кібербулінг і астратурфінг. Найбольш папулярнай формай негатыўных паводзін у інтэрнэце з'яўляецца тролінг, які можа быць вызначаны як від віртуальнай камунікацыі з парушэннем этыкі, што выяўляецца ў выглядзе праяў розных форм агрэсіўных, здэклівых і абразлівых паводзін. Галоўнай мэтай тролінгу становіцца стварэнне канфлікту паміж суразмоўцамі і ўцягванне іх у канфрантацыю шляхам размяшчэння правакацыйных паведамленняў. Сярод асноўных матываў тролінгу вылучаюцца:

- а) ананімны пошук увагі: імкненне дамінаваць у дыскусіі, закранаючы іншых удзельнікаў і выклікаючы іх гнеўную рэакцыю;
- б) імкненне пазабавіцца;
- в) варожасць ў адносінах да групы або пэўнай сістэмы поглядаў;
- г) самасцвярджэнне;
- д) камерцыйныя мэты: правакацыйныя выказванні, якія прыводзяць да зрыву канструктыўнай камунікацыі па ўказанні заказчыка агрэсіі.

Паддаючыся на правакацыі, удзельнікі дэструктыўнай камунікацыі пачынаюць бессэнсоўныя дыскусіі. У выніку такіх зносін інтэрнэт-карыстальнікі могуць адчуваць эмацыйнае знясіленне, варожасць, зніжэнне даверу да групы, страту матывацыі да далейшых зносін. Для прадухілення негатыўных псіхалагічных эфектаў тролінгу карыстальнікам інтэрнэту варта ўмець распазнаваць правакацыі ў сеткавых зносінах і не паддавацца на іх.

Кібербулінг — агрэсіўныя, наўмысныя дзеянні, якія здзяйсняюцца групай асоб або адной асобай з выкарыстаннем электронных форм камунікацыі, паўтараюцца неаднаразова ў дачыненні да ахвяры, якой цяжка абараніць сябе [3]. Асяроддзем праяў кібербулінгу ў інтэрнэце з'яўляюцца сацыяльныя сеткі, блогі, форумы, электронная пошта, чаты, вэб-старонкі, мэсанджары. З прычыны значнай папулярнасці сярод падлеткаў сацыяльныя сеткі сталі галоўнай пляцоўкай для кібербулінгу, які можа мець разнастайныя формы рэалізацыі:

- а) харасмент (прыгнёт, абраза) — перыядычная рассылка ахвяры паведамленняў, якія змяшчаюць абразы, непрыстойныя прапановы, здэклівыя заўвагі адносна знешнасці, асаблівасцей гаворкі і паводзін;
- б) флеймінг — абмен эмацыйнымі рэплікамі абразлівага зместу, агрэсіўны дыялог, які адбываецца часцей за ўсё ў публічнай перапісцы з вялікай колькасцю ўдзельнікаў;
- в) дыскрэдытацыя — распаўсюджванне паклёпу, чутак праз наўмыснае публічнае размяшчэнне і рассылку тэкставых паведамленняў, фота, відэа, якія змяшчаюць ілжывую і зневажальную інфармацыю;

г) імперсанацыя — выкарыстанне імені іншага чалавека ў выглядзе рассылкі з узмаманага або падробленага акаўнта ахвяры негатыўнай ці неадэкватнай інфармацыі;

д) астракізм — сацыяльная ізаляцыя, выключэнне ахвяры з групы сацыяльнай сеткі, «спісу сяброў», занясенне ў «чорны спіс»;

е) кіберсталкінг — сістэматычны пераслед ахвяры праз маніпулятыўныя паведамленні, пагрозы супрацьзаконных дзеянняў і пашкоджанняў, дамаганняў [4].

Астратурфінг можа быць аднесены да ўскосных відаў кіберагрэсіі, бо напрамую не звязаны з эмацыйна-псіхалагічным уздзеяннем на канкрэтнага карыстальніка: у дадзеным выпадку мы маем справу з уплывам на «калектыўнага» карыстальніка [5]. Астратурфінг уяўляе сабой тэхналогію штучнага стварэння грамадскай думкі шляхам размяшчэння шматлікіх заказных публікацый, аформленых як незалежныя меркаванні прыватных асоб. Агрэсія ў дадзеным выпадку выяўляецца праз гвалтоўнае ўкараненне ў масавую свядомасць выгадных для маніпулятара ідэй з выкарыстаннем вербальных, візуальных, мультымедычных інструментаў скажэння медыярэальнасці [6]. Астратурфінг шырока ўжываецца ў бізнэсе з мэтай прыцягнення кліентаў і павышэння прыбытку альбо ачарнення канкурыруючых кампаній, а таксама ў палітыцы з мэтай умацавання падтрымкі той ці іншай палітычнай сілы. Мы разглядаем астратурфінг як нядобрасумленную практыку і дысфункцыянальную з’яву, што ўводзіць вялікую колькасць людзей у зман, а таксама падрывае давер да сапраўдных грамадскіх ініцыятыў, якія могуць быць расцэнены як неістотныя. Прынцыпова, што менавіта інтэрнэт-прастора стварыла камунікатыўную пляцоўку для ўкаранення астратурфінгу ў масавую практыку.

Асаблівую небяспеку ўяўляе некантралюемае выкарыстанне інтэрнэту дзецьмі і падлеткамі з пашырэннем сэксуальных дэвіяцый. Распаўсюджванне атрымалі такія дэструктыўныя з’явы, як сэкс-чатынг, сэкстынг, сэксторшн, грумінг.

Секс-чатынг (англ. sex-chatting) — электронная перапіска эратычнага характару. Секстынг (англ. sexting) — абмен эратычнымі паведамленнямі і фота. Небяспека гэтых камунікатыўных дэвіяцый заключаецца ў рызыцы ўцягвання ў адпаведныя дзеянні зламыснікамі непаўналетніх, што з’яўляецца парушэннем прынцыпаў грамадскай этыкі і маралі. З іншага боку, існуе рызыка свядомага і актыўнага ўдзелу непаўналетніх у праявах сэксуальных дэвіяцый.

Больш сур’ёзныя прававыя наступствы цягнуць за сабой праявы сэксторшн і грумінгу. Сексторшн (англ. sextortion) — шантаж у інтэрнэце з выкарыстаннем матэрыялаў інтымнага характару. Грумінг (англ. grooming) — дзеянні зламыснікаў па спакушэнні дзяцей у інтэрнэце.

Колькасць злачыстваў, звязаных з такімі дзеяннямі, у Беларусі расце. У інтэрнэце распаўсюджваюцца нават падрабязныя інструкцыі (складзеныя да-статкова прафесійна), дзе пакрокава апісваюцца дзеянні па схіленні непаўналетніх да дзеянняў сэксуальнага характару. Аднай з прычын таго, што непаўналетнія аказваюцца ахвярамі названых з'яў, становіцца неразвітая здольнасць да крытычнай ацэнкі таго, што адбываецца, інфантальнасць, празмерная даверлівасць.

Незалежна ад характару і скіраванасці праяў дэвіцый у інтэрнэт-прасторы можна вылучыць асноўныя стадыі іх развіцця:

1. Захапленне аб'екта дэвіцыі новай актыўнасцю, што шкодзіць іншым важным заняткам. Суправаджаецца аназагнозіяй (адсутнасцю крытычнай ацэнкі негатыўных змен у сацыяльна-псіхалагічнай і камунікатыўнай сферы).

2. Абстынентная стадыя, якая ўключае ў сябе парушэнне ўвагі, зніжэнне інтэлектуальнай працаздольнасці; эмацыянальную няўстойлівасць; самата-вегетатыўныя парушэнні.

3. Стадыя сацыяльнай дэадаптацыі. З'яўляецца сталая патрэба ў сеткавых зносінах пры адсутнасці адчувальнага задавальнення ад іх; дэпрэсіўны стан пры кароткатэрміновай адсутнасці доступу да Сеткі; нарастаючая апатыя, мля-васць, звужэнне кола інтарэсаў, рэзкае зніжэнне актыўнасці; прафесійныя дэфармацыі, сямейныя праблемы, сацыяльная ізаляцыя.

4. Стадыя балансу (раўнавагі) вылучаецца ў якасці заключнага этапу камунікатыўных дэвіцый, калі неабходнасць таго ці іншага віду дэструктыўнай актыўнасці адпавядае нармальнаму фізіялагічнаму стану чалавека [7].

Супрацьстаянне гэтым і іншым негатыўным камунікатыўным з'явам магчыма толькі ў выпадку сумеснай дзейнасці дзяржаўных органаў, пра-ваахоўных структур, арганізацый грамадзянскай супольнасці. Напрыклад, з 2017 года ў Беларусі развіваецца праект Romogut.by, адзін з напрамкаў якога — прафілактыка злачыстваў супраць інфармацыйнай бяспекі асобы. Меры ні ў якім разе не павінны быць звязаны з татальным кантролем інтэрнэту: неабход-на развіваць інфармацыйную культуру грамадзян, удасканалваць спосабы прафілактыкі і выяўлення праяў інтэрнэт-дэвіцый, ствараць адпаведную заканадаўчую базу. Змяненні ў Законе аб СМІ, прынятыя ў Беларусі ў апошнія гады, накіраваны, у тым ліку, на гарантыі бяспечнага выкарыстання інтэрнэт-рэсурсаў. Уведзена абавязковая ідэнтыфікацыя асоб, якія размяшчаюць матэрыялы ў інтэрнэт-рэсурсах, дапускаецца магчымасць блакіравання работы сацыяльных сетак. Заканадаўча забаронена распаўсюджванне інфармацыі, якая прапагандуе суіцыд і іншыя акты аўтаагрэсіі, заахвочвае да іх здзяйснення.

Праблема прафілактыкі дэвіяцый у інтэрнэт-прасторы ўскладняецца адноснай латэнтнасцю іх праяў: рызыкі, звязаныя з дэструктыўнай (аўтадэструктыўнай) дзейнасцю суб'екта сеткавай камунікацыі, часта не з'яўляюцца відавочнымі, могуць не ўсведамляцца і аб'ектам уздзеяння. У сувязі з гэтым новае гучанне набывае пытанне фарміравання інфармацыйнай культуры на масавым узроўні, развіцця медыйнай граматыкі і візуальнай культуры як фактараў забеспячэння інфармацыйнай бяспекі інтэрнэт-карыстальнікаў. Асноўныя напрамкі тут звязаны з фарміраваннем навыкаў:

а) распазнання магчымага дэструктыўнага ўздзеяння розных форм інтэрнэт-камунікацыі на асобу;

б) рэагавання на агрэсіўныя стратэгіі, якія выкарыстоўваюцца ў дачыненні да асобы;

в) прытрымлівання ўстаноўкі на выкананне патрабаванняў лічбавай гігіены;

г) свядомага развіцця кампанентаў інфармацыйнай культуры на індывідуальным узроўні.

Такім чынам, існуючыя рызыкі развіцця і распаўсюджвання дэвіяцый у Інтэрнэце патрабуюць і новых падыходаў да фарміравання інфармацыйнай граматыкі насельніцтва і ўдасканалення дзейнасці праваахоўных структур.

1. Психология девиантного поведения : учеб. пособие / С. В. Венидиктов, С. И. Даниленко, Е. А. Ярошевич. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2017. 320 с. [Вернуться к статье](#)

2. Старшенбаум Г. В. Аддиктология: психология и психотерапия зависимостей. М. : Когито-Центр, 2006. 366 с. [Вернуться к статье](#)

3. Солдатова Г. У., Ярмина А. Н. Кибербуллинг: особенности, ролевая структура, детско-родительские отношения и стратегии совладания // Нац. психол. журн. 2019. № 3 (35). С. 17–31. [Вернуться к статье](#)

4. Бочавер А. А., Хломов К. Д. Кибербуллинг: травля в пространстве современных технологий // Психология. Журнал высшей школы экономики. 2014. № 3. С. 177–191. [Вернуться к статье](#)

5. Венидиктов С. В. Искажение медиареальности: технологии манипулирования и стратегии противодействия : моногр. / Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2022. 192 с. [Вернуться к статье](#)

6. Венідзіктаў С. В. Ад чутак — да дыпфэйкаў. Інструменты маніпуліравання ў медыяпрасторы // Thesaurus : зб. навук. пр. ; пад агул. рэд. С. В. Венідзіктава. Магілёў : Магілёўс. ін-т МУС, 2022. Вып. XI. Гістарычныя і палітычныя навукі. С. 38–46. [Вернуться к статье](#)

7. Юрьева Л. Н., Ботьбот Т. Ю. Компьютерная зависимость: формирование, диагностика, коррекция и профилактика : моногр. Днепропетровск : Пороги, 2006. 196 с. [Вернуться к статье](#)

УДК 377

В. В. Демидко
старший преподаватель кафедры
общей и профессиональной педагогики
Республиканского института профессионального образования
(Беларусь)

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ УЧАЩИХСЯ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ МЕДИА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

В статье характеризуются особенности социализации учащихся в информационном обществе, связанные с возникновением в XXI в. цифровой (виртуальной) среды как еще одной среды социализации личности. Описаны такие понятия, как «базовая», «виртуальная» и «смешанная» реальность. Приводятся примерные направления деятельности педагога по формированию информационной культуры учащихся с использованием новых медиа и цифровых технологий как в процессе обучения, так и в процессе воспитания.

V. V. Demidko

Formation of information culture of students through the use of new media in the educational process

The article characterizes the features of the socialization of students in the information society, associated with the emergence in the XXI century digital (virtual) environment as another environment for the socialization of the individual. Such concepts as «basic», «virtual» and «mixed» reality are described. Approximate directions of the teacher's activity in the formation of the information culture of students using new media and digital technologies are given both in the learning process and in the process of education. It is noted the need to form students in the course of the educational process a positive experience in the use of new media and digital technologies both for further professional activities and in everyday life.

Современное информационное общество имеет ряд особенностей, которые связаны как с самой информацией, являющейся для членов данного общества основной сферой деятельности (создание, потребление, переработка, хранение информации становятся рутинными повседневными практиками для любого человека), так и с цифровизацией, которая предполагает внедрение цифровых технологий в различные сферы как экономики, так и общественной жизни. Следовательно, в информационном обществе человеку приходится одновременно находиться в трех средах обитания — естественной (природной), культурной (все то, что создано человеком) и цифровой (виртуальной) среде. При этом на протяжении многих веков человечество жило исключительно

в двух средах — природной (человек как представитель биологического вида, индивид) и культурной (человек как личность, взаимодействующая с обществом и преобразующая окружающий мир). Появление цифровой (виртуальной) среды является особенностью XXI в.

Стоит отметить, что развитие информационного общества, цифровой (виртуальной) среды, процессов цифровизации и цифровой трансформации как экономики, так и других сфер жизни общества, способствует все большему проникновению новых (цифровых) медиа, рассматриваемых именно как средства коммуникации, во все сферы жизни общества. Доктор наук Н. Б. Кириллова [1] в своих работах отмечает, что в XXI в. происходят процессы медиатизации общества, которые ведут к тому, что медиа как никогда ранее оказывают все большее влияние на процесс социализации личности.

Педагогика как наука о воспитании [2] рассматривает не только вопросы обучения (передача опыта определенной деятельности), но и вопросы воспитания (передача ценностей, традиций, норм поведения от старшего поколения к младшему). Согласно Кодексу Республики Беларусь об образовании, под образованием понимается «обучение и воспитание в интересах личности, общества и государства, направленные на интеллектуальное, духовно-нравственное, творческое, физическое и профессиональное развитие личности, удовлетворение ее образовательных потребностей и интересов, а также совокупность приобретенных знаний, умений, навыков и компетенций определенного объема и сложности» [3, с. 1], а под воспитанием — «целенаправленный процесс формирования разносторонне развитой, нравственно зрелой, творческой личности обучающегося» [3, с. 1]. При этом стоит отметить, что сам процесс воспитания тесно связан с таким понятием, как социализация.

Социализация является процессом становления личности, интеграции личности в общество. С одной стороны, социализация может быть стихийным неуправляемым процессом, с другой же стороны, в социализации личности играют определенную роль и такие управляемые процессы, как воспитание и самовоспитание. «Социализация — это процесс и результат усвоения и активного воспроизводства индивидом социального опыта, осуществляемый в общении и деятельности. Социализация может происходить как в условиях стихийного воздействия на личность различных жизненных обстоятельств общества <...> а также и в условиях воспитания» [4, с. 373].

Л. С. Выготский отмечал, что для развития ребенка в обществе (социализации) важную роль в процессе превращения социального в индивидуальное играет сотрудничество ребенка со взрослыми и сверстниками. Основа социализации, по Л. С. Выготскому, это сотрудничество ребенка со взрослым, а также

его содействие (совместное действие со взрослым и сверстниками) [5, с. 295–297]. При этом все, что ребенком, учащимся, было усвоено в процессе социализации, согласно Л. С. Выготскому, в дальнейшем будет им переработано и возвращено в культуру в виде индивидуальных достижений.

Таким образом, исторически процесс социализации личности происходил в культурной и, соответственно, в социальной среде обитания человека. Однако в информационном обществе появляется еще одна среда — цифровая (виртуальная), которая также оказывает свое влияние на процесс социализации личности.

И, следовательно, в информационном медиатизированном обществе, в котором социализация личности в том числе происходит и в цифровой (виртуальной) реальности, одним из актуальных направлений воспитания как управляемого процесса, оказывающего влияние на социализацию учащихся, является формирование информационной культуры учащихся.

Вопросам воспитания личности в виртуальной среде отдельное внимание уделял исследователь, доктор педагогических наук М. В. Воропаев [6]. М. В. Воропаев охарактеризовал особенности виртуальности и проявления «Я» в виртуальном мире, рассматривая виртуальную реальность как продолжение психологического мира личности, а также выделил проблемы социализации личности в виртуальной реальности.

Согласно М. В. Воропаеву, в современном информационном обществе человеку приходится существовать в двух реальностях и, соответственно, социализироваться в них. Базовая реальность — это «социальная реальность, охватывающая сферу повседневности, укорененная в физическом мире, основанная на общекультурных нормах и ценностях» [6, с. 41]. Виртуальная реальность — это «особый вид социальной реальности, субъективно отделяемой от базовой реальности, порождающим источником которой служит взаимодействие, основанное на работе компьютерных устройств, психического мира человека, с индивидами, группами, организациями, компьютерными программами» [6, с. 41]. При этом М. В. Воропаевым отмечается, что в современном мире две данные реальности пересекаются, образуя смешанную реальность — «физические и цифровые объекты сосуществуют и взаимодействуют в режиме реального времени» [6, с. 45].

Следовательно, согласно М. В. Воропаеву, нормы базовой (реальной) реальности не меняются, однако виртуальная (цифровая) реальность создает свои нормы и правила (социальные сети, компьютерные игры и т. д. порождают свои субкультуры), но, учитывая то, что на сегодняшний день данные две реальности соединяются в смешанную, возникает проблема реальных последствий за виртуальные действия или же, наоборот, ухода от реальности в виртуальные

миры. И здесь важно развитие именно информационной культуры личности, в том числе и формирование информационной культуры у учащихся, что предполагает, с одной стороны, активное использование цифровых технологий и новых медиа (социальные сети, блоги, многопользовательские компьютерные игры и т. д.) в образовательном процессе, а именно:

- развитие у учащихся в ходе учебных занятий и в процессе работы над домашними заданиями умений и навыков самостоятельного поиска и анализа информации, умения работать с интернет-ресурсами в процессе обучения;
- формирование познавательных интересов учащихся через их включение в информационную деятельность (совместное с учащимися ведение блога/видеоблога по учебной дисциплине, тематических страниц в социальных сетях и т. д.);
- использование современных образовательных технологий (обучение в сотрудничестве, метод проектов, дидактические игры и т. д.), в ходе которых учащиеся будут активно работать над теми или иными заданиями, в том числе и с использованием цифровых технологий и медиасредств, а также сами создавать те или иные медиатексты и медиапродукты (например, статья/видео для блога по учебной дисциплине по определенной теме учебного занятия как результат проектного обучения).

С другой стороны, в рамках воспитательной работы в учреждениях образования, реализующих образовательные программы профессионально-технического и среднего специального образования, также стоит уделять внимание формированию информационной культуры учащихся:

- развитие умений учащихся использовать современные цифровые технологии в повседневной жизни (формирование положительного опыта/примера использования современных цифровых технологий);
- активное использование и создание самими учащимися медиатекстов и медиапродуктов при подготовке к кураторским часам и воспитательным мероприятиям (формирование положительного опыта/примера использования современных новых медиа — социальных сетей, блогов, мессенджеров и т. д.);
- развитие навыков ответственного и безопасного поведения в сети Интернет (объяснение особенностей, в том числе правовых, процесса интернет-коммуникаций, в данном случае объяснение рассматривается как метод воспитания, способствующий формированию сознания учащихся).

При этом стоит отметить, что формирование информационной культуры учащихся тесным образом связано также с формированием правовой и психологической культуры. Например, что касается правовой культуры, то здесь следует уделять отдельное внимание профилактике и предупреждению совершения правонарушений в области информационного пространства, а также

развитию у учащихся умений и навыков ответственного и безопасного поведения в сети Интернет. Формирование же психологической культуры учащихся связано с развитием и саморазвитием личности учащихся (интеллектуальным, эмоциональным), что позволяет развивать и эмоциональную устойчивость учащихся к влиянию цифровой (виртуальной) реальности.

Также большую роль в формировании информационной культуры учащихся играет развитие критического мышления. При этом критическое мышление может также развиваться в ходе образовательного процесса через использование и организацию активной работы самих учащихся с новыми медиа как на учебных занятиях, так и во внеурочной деятельности (проекты, круглые столы, дебаты, веб-квесты с использованием блогов, социальных сетей, интернет-ресурсов образовательной тематики и т. д.). Так, согласно теории «критической автономии» Л. Мастермана [7], только через практическую работу учащихся с медиа в ходе образовательного процесса, неразрывно связанную с аналитической деятельностью самих учащихся, у учащихся может развиваться критическое мышление и формироваться информационная культура. Исследователями отмечается, что «практическое участие школьников в создании собственного творческого медиапродукта позволяет им взглянуть на процесс медийного производства как бы “изнутри”. <...> Более того, практика учит школьников работать в коллективе, в сотрудничестве с другими людьми, что повышает уровень их социальной компетенции» [7]. Это характерно не только для школьного образования, на уровне профессионально-технического и среднего специального образования также важную роль играет развитие умений учащихся работать с информацией, использовать цифровые технологии как в рамках своей будущей профессиональной деятельности, так и в повседневной жизни, ведь цифровизация и цифровая трансформация начинаются именно с экономической (производственной) сферы жизни общества.

Таким образом, использование новых медиа в образовательном процессе способствует формированию информационной культуры учащихся. При этом, так как образовательный процесс — это процесс обучения и воспитания, работа с новыми медиа на учебных занятиях может способствовать реализации и воспитательной цели учебных занятий (например, способствовать формированию информационной культуры), а также развивающей цели (развитие критического, аналитического мышления учащихся). Наиболее эффективно формирование информационной культуры учащихся в образовательном процессе посредством использования новых медиа будет происходить через активную работу самих учащихся с данными медиа (создание учащимися медиатекстов/медиапродуктов образовательной и воспитательной тематики), а также через формирование у учащихся положительного опыта использования новых

медиа и цифровых технологий, в том числе, и в определенной профессиональной области их будущей рабочей деятельности. При этом формирование у учащихся положительного опыта использования новых медиа и цифровых технологий может способствовать положительному процессу социализации учащихся в смешанной реальности, пониманию учащимися того, что виртуальная и базовая (реальная) реальность в современном мире неотделимы друг от друга.

1. Кириллова Н. Б. Парадоксы медийной культуры : избр. статьи. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. 452 с. [Вернуться к статье](#)
2. Смирнов В. И. Общая педагогика в тезисах, дефинициях, иллюстрациях. М. : Пед. о-во России, 2000. 416 с. [Вернуться к статье](#)
3. Кодекс Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс] : 13 янв. 2011 г., № 243-З : принят Палатой представителей 2 дек. 2010 г. : одобр. Советом Респ. 22 дек. 2010 г. : в ред. закона Респ. Беларусь от 14.01.2022 № 154-З. Доступ из информ.-поисковой системы «ЭТАЛОН». [Вернуться к статье](#)
4. Психологический словарь / под ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М. : Политиздат, 1990. 494 с. [Вернуться к статье](#)
5. Выготский Л. С. Собрание сочинений : в 6 т. М. : Педагогика, 1984. Т. 4. Детская психология / под ред. Д. Б. Эльконина. 432 с. [Вернуться к статье](#)
6. Воропаев М. В. Воспитание в виртуальных средах : моногр. / науч. ред. А. В. Мудрик. М. : МГПУ, 2010. 277 с. [Вернуться к статье](#)
7. Михалева Г. В. Теория «Критической автономии» Л. Мастермана — основа современного медиаобразования в Великобритании // Проблемы Науки. 2013. № 3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-kriticheskoy-avtonomii-l-mastermana-osnova-sovremennogo-mediaobrazovaniya-v-velikobritanii> (дата обращения: 15.03.2023). [Вернуться к статье](#)

УДК 372.893

А. Е. Игнатович

*доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат исторических наук, доцент (Беларусь)*

ПОНЯТИЯ «ОБРАЗ» И «ВИЗУАЛИЗАЦИЯ» В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ИСТОРИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Автор определяет содержание понятий «образ» и «визуализация» в контексте современного исторического образования. Образ строится на восприятии как способе познания, имеющем ярко выраженный субъективный характер с опорой на чувственный опыт. Визуализация понимается как представление информации в виде зрительного образа и является самостоятельным способом облегчить деятельность учащихся, когда создается среда для осмысления исторических знаний. При этом визуализация и созданные в ее процессе образы не должны быть единственными в процессе обучения: ее следует сочетать с другими формами передачи исторических знаний.

A. E. Ignatovich

The concepts of «image» and «visualization» in the context of modern historical education

The author defines the content of the concepts «image» and «visualization» in the context of modern historical education. Despite the increasing prevalence, the concept of «image» remains poorly structured and insufficiently defined, since it is often based on perception as a way of knowing, which has a pronounced subjective character based on sensory experience. Visualization as a representation of information in the form of a visual image is not an auxiliary, but an independent way to facilitate the activities of students when an environment is created for comprehending historical knowledge. At the same time, visualization and the images created in its process should not be the only ones in the learning process: it should be combined with other forms of transferring historical knowledge.

В условиях активного развития междисциплинарности историческая наука и историческое образование оказались подвержены так называемому визуальному повороту, связанному с изучением визуальных образов. Во многом это лишь результат изменений, произошедших с современным обществом, которое функционирует по законам массовых коммуникаций и аудиовизуальных технологий. Последствием этих процессов является пересмотр реальности, в том числе исторической, в контексте истории образов. Визуальная информация постепенно становится полноправной составляющей исторического познания и образования. О визуальном повороте в исторической науке и

образовании, соответственно, говорит все более широкое использование в исследованиях понятий «образ», «картина мира» и тому подобных. Цель данной работы — определить содержание понятий «образ» и «визуализация» в контексте современного исторического образования.

Существует множество определений термина «образ». В толковом словаре С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой мы находим сразу несколько определений: 1) «результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека» (в философии); 2) «вид, облик»; 3) «живое, наглядное представление о чем-либо»; 4) «обобщенное художественное отражение действительности, облаченное в форму конкретного индивидуального явления» (в искусстве); 5) «тип, характер» (в художественном произведении); 6) «порядок, направление чего-нибудь, способ» [1]. В зависимости от контекста термин приобретает то или иное значение. В рамках исторической науки акцент может быть сделан на философском определении, но цели исторического образования смещают акцент на наглядность.

Сегодня в диссертационных исследованиях в рамках исторической науки в качестве уже основного понятия используется категория «образ», с помощью которой пытаются реконструировать и описать не только собственно образы как факты общественного сознания, но и события, явления, личности». Но в то же время очевидно, что понятие образа еще расплывчато, так как оно носит междисциплинарный характер и зависит от контекста и направленности исследования, в котором оно используется.

В современных визуальных исследованиях существует несколько подходов, каждый из которых содержит свое понимание определения понятия «образ», так или иначе отраженных в историографии. Остановимся на самых распространенных, на наш взгляд.

В рамках парадигмы позитивизма за образом признается свойство подобно зеркалу отражать реальную истину. Однако в источниковедении долгое время существовало критическое отношение к возможности порождения объективной истины посредством исходной информации. Но в то же время современные исследователи склонны считать, что историк не изучает прошлую истину, показанную источником, а является лишь созданной конструкцией «каких-то его элементов, которые могут быть воссозданы на основании ретроспективной информации, сохраненной историческими источниками» [2, с. 4].

В структурно-семиотической концепции образ воспринимается как знак, имеющий несколько значений, которые могут варьироваться в зависимости от культурной среды, типа общества и личности человека, видящего этот образ. Отмечается, что визуальный образ — это «сложноорганизованный знак, который включает в себя совокупность интеллектуальных, ценностных, этических,

эстетических моментов, самоорганизующихся в сознании посредством ассоциативной связи» [3, с. 127]. При этом каждая культура имеет свои образы: она репрезентирует себя посредством визуальных образов, которые имеют свой уникальный визуальный код. С этой точки зрения задача исследователя состоит в том, чтобы выявить смыслы, заложенные в изображениях, перевести их из одной знаковой системы (визуальной) в другую (текстовую, например). Кроме того, отмечается, что декодирование и перекодирование информации «зависит от различных типов знания, проецируемых на изображение» [4, с. 313]. Таким образом, один и тот же человек может совершенно по-разному воспринимать образы в различных обстоятельствах.

Конструктивистский подход основан на том, что решающую роль в восприятии и интерпретации образов играют социальные группы людей. Речь идет о создании образа в социальной среде, показе разных кусочков действительности, которые в итоге создают определенный образ, отражающий действительность. То есть люди «нередко просто обречены видеть одно и не видеть другое, в том числе и потому, что одно разрешено видеть, а другое — нет» [5, с. 128].

Концепция феноменологии пытается рассмотреть образ как некое самостоятельное явление, чтобы показать ту роль, которую играет само представление в формировании социального и личностного контекста определенного общества.

Существование нескольких концепций, по-разному рассматривающих сущность зрительного образа в общественном и человеческом познании, отражает споры внутри научного сообщества об эпистемологической функции зрительных образов, то есть их способности работать в качестве инструментов познания. Практика показывает, что на одни и те же вопросы (как возникает и работает образ, как он меняется в различных средах и влияет на жизнь общества), которые возникают у ученых в процессе исследования, можно ответить по-разному. Каждый из этих подходов фокусируется на каком-то аспекте влияния визуальной культуры на современное общество.

Часто, наряду с понятием образа, в исследованиях визуального используется понятие «визуализация», которое сегодня «переросло» сферу дизайна, искусства, культурологии, теории массовых коммуникаций. В общем смысле под визуализацией понимается представление информации в виде визуального образа. Но исследователи учитывают тот факт, что это понятие может иметь разное значение в разных контекстах. Рассмотрим некоторые из них. Р. Арнхейм рассматривал образ как один из видов видения и нового взгляда на мир, способ создания новой реальности [6, с. 7]. А. А. Жигарева в своей работе «Концепции визуализации: становление, развитие и формы проявления» дает комплексное определение визуализации: «Под визуализацией следует

понимать воплощение мысленного представления, идеи в виде изображения, придание зримой формы любому мыслимому объекту, процессу, явлению, как реально существующим, так и созданным в сознании, основанное на способности сознания видеть предметы в образах и активно влияющее на различные аспекты жизни социума» [7, с. 280].

Поэтому, рассмотрев основные способы определения понятий «образа» и «визуализации», мы можем выделить некоторые особенности визуальных источников информации, которые необходимо учитывать при использовании их в историческом образовании: 1) «образ» может пониматься и как знак, который подлежит расшифровке (в узком смысле), и как визуальная среда, которая создает социальные смыслы (в широком смысле); 2) образ изменяем, то есть может наполняться разными смыслами (или, наоборот, терять их) в разных контекстах; 3) образ включает в себя не только процесс представления и образного восприятия, но и способность создавать новый образ, который будет восприниматься совершенно иначе, чем то, что представлялось исследователю ранее.

Выявленные особенности подводят нас к рассмотрению данных понятий в контексте образования. Несмотря на то, что понятие образа довольно широко используется в педагогике, оно не имеет самостоятельного значения. В пособии Е. Е. Вяземского и О. Ю. Стреловой приводятся понятия: «образная характеристика», «образное повествование», «образное задание» [8, с. 379]. В пособии В. В. Шогана использование образных приемов связано с работой с символами, круг которых описывается довольно широко [9, с. 265].

Как отмечает А. Н. Иоффе, «визуализацию в образовании можно определить, как способ получения и обобщения знаний на основе зрительного образа понятия, события, процесса, явления, факта и т. п., основанный на ассоциативном мышлении и системном структурировании информации в наглядной форме. Она дает возможность перевода информации из текстового формата в графический вид» [10, с. 45]. Также автор высказывает мнение о том, что визуализацию нельзя отождествлять с информационно-коммуникативными технологиями, поскольку она может быть выражена и в других формах. Но при этом нельзя отождествлять визуализацию с наглядностью. Можно утверждать, что учащиеся должны иметь собственный опыт работы с визуальными данными. Очень важно, чтобы в визуализации использовались разные виды подачи информации, включая не только фото и видео, но и таблицы, графики, карты, символы, схемы и т. д.

Отсюда и проблема отбора и обработки визуальной информации. С одной стороны, можно передавать учащимся уже готовые образы через визуальные источники, которые могут быть восприняты ими как единственно правильные, что некорректно: 1) существуют и другие виды источников (например,

письменные, которые являются основными в историческом знании); 2) один визуальный источник (как и один письменный, впрочем) не в состоянии адекватно раскрыть суть исторического события или явления; 3) одной из особенностей восприятия зрительных образов является их эмоциональное и глубоко субъективное переживание; 4) восприятие зависит от многих факторов (социальной среды, объема и характера знаний и т. д.).

Таким образом, можно заключить, что в современном историческом образовании понятия «образа» и «визуализации» становятся все более распространенными. При этом понятие «образ» остается недостаточно определенным, поскольку зачастую строится на чувственном восприятии, имеющем ярко выраженный субъективный характер с опорой на чувственный опыт. Визуализация — это не вспомогательный, а самостоятельный способ облегчить деятельность учащихся. Она не только используется как еще одна форма представления информации, но и создает среду для осмысления исторических знаний. При этом визуализация и созданные в ее процессе образы не должны быть единственными в ходе обучения: ее следует сочетать с другими формами передачи исторических знаний.

1. Образ [Электронный ресурс] // Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. URL: <https://ozhegov.info/slovar/?q=%D0%9E%D0%91%D0%A0%D0%90%D0%97> (дата обращения: 01.03.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

2. Данилевский И. Н. Исторические реконструкции: методологические ограничения // От текста к реальности: (не)возможности исторических реконструкций / под ред. О. И. Тогоевой и И. Н. Данилевского. М. : ИВИ РАН, 2012. С. 3–24. [Вернуться к статье](#)

3. Власова Я. М. Визуальный образ в современной культуре: к постановке проблемы // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 9: Исследования молодых ученых. 2010. Вып. 8. Ч. 1. С. 127–129. [Вернуться к статье](#)

4. Барт Р. Риторика образа // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М. : Прогресс, 1989. С. 297–318. [Вернуться к статье](#)

5. Пирогов С. В. Горизонты исследования визуального // Вестн. Том. гос. ун-та. Сер.: Философия. Социология. Политология. 2013. № 4. С. 124–131. [Вернуться к статье](#)

6. Арнхейм Р. Новые очерки по истории искусства. М. : Прометей, 1994. 352 с. [Вернуться к статье](#)

7. Жигарева А. А. Концепции визуализации: становление, развитие и формы проявления // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2011. № 7. С. 273–281. [Вернуться к статье](#)

8. Вяземский Е. Е., Стрелова О. Ю. Теория и методика преподавания истории : учеб. М. : ВЛАДОС, 2003. 382 с. [Вернуться к статье](#)

9. Шоган В. В. Методика преподавания истории в школе: новая технология личностно-ориентированного исторического образования : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. Ростов н/Д : Феникс, 2007. 475 с. [Вернуться к статье](#)

10. Иоффе А. Н. Способы и подходы визуализации для повышения качества образования: опыт России // Науч. журн. 2013. № 2. С. 44–48. [Вернуться к статье](#)

УДК 659.4

К. А. Краснова

доцент кафедры уголовного права
Северо-Западного филиала Российского государственного
университета правосудия,
кандидат юридических наук, доцент

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РОЛИ МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

В статье рассматриваются стоящие перед органами государственной власти задачи по взаимодействию с широкой общественностью с помощью медиатехнологий. Эффективность подобного взаимодействия зависит от того, насколько четко выстроена система связи с общественностью. Автор выделяет три группы причин недоверия общественности к органам государственной власти: коммуникативные, организационные и культурно-исторические. Указанные проблемы должны учитываться при исследовании целевой аудитории в сфере государственного управления.

K. A. Krasnova

Determining the role of media technologies in the activities of state authorities

The article deals with the tasks facing the public authorities to interact with the general public with the help of media technologies. The effectiveness of such interaction depends on how well the public relations system is built. The author identifies three groups of reasons for the public's distrust of public authorities: communicative, organizational and cultural-historical. These problems should be taken into account when studying the target audience in the field of public administration.

В последние годы медиатехнологии стали активно использоваться в повседневной служебной деятельности органов государственной власти Российской Федерации. Одним из крупнейших информационных ресурсов взаимодействия органов государственной власти и граждан следует признать портал государственных услуг «Госуслуги». Однако помимо оказания государственных услуг через единый портал органы государственной власти налаживают внутренний электронный документооборот, реализуют свои полномочия и информируют о своей повседневной деятельности через свои официальные сайты, социальные сети и мессенджеры.

Повседневная деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества, и потому очевидна ее зависимость от налаженной связи с общественностью. Следует отметить, что PR-деятельность присутствует сегодня в структурах всех ветвей власти (законодательной, исполнительной и судебной), динамично развивается в муниципальных органах [1, с. 7].

Перед органами государственной власти в рамках системы связи с общественностью ставятся три основные задачи. Во-первых, регулярно предоставлять широкой общественности и СМИ информацию о своей деятельности, планах и достижениях. Во-вторых, осуществлять правовое просвещение общественности в вопросах деятельности государственного аппарата в целом и закрепленных за его отдельными органами сферах государственного управления (так называемое просветительское взаимодействие с общественностью). В-третьих, своевременно информировать министров в составе Правительства Российской Федерации и руководство отдельных органов государственной власти о существующей и возможной реакции общественности на проводимую или намечаемую государственную политику.

В этой связи возрастает потребность в эффективной коммуникации с гражданами и деловым сообществом через выстроенную систему связи с общественностью в органах государственной власти. В этой связи следует отметить главные цели, ради достижения которых, по мнению В. А. Данилова, любая организация, будь то государственная, общественная или коммерческая, создает у себя институт связей с общественностью: 1) формирование и реализация информационной политики организации; 2) формирование и реализация имиджевой политики организации [1, с. 13]. Подчеркнем, что наименование и компетенция подобных служб в органах государственной власти отличаются разнообразием. Например, в органах принудительного исполнения функционирует Пресс-служба ФССП России — Отдел по взаимодействию со средствами массовой информации.

Как указано на официальном сайте службы, в круг полномочий названного отдела входит: информирование общества о деятельности службы; формирование объективного общественного мнения о службе; проведение пропагандистских кампаний в сфере профилактики нарушений законодательства Российской Федерации в областях, подпадающих под юрисдикцию ФССП России; мониторинг средств массовой информации*.

В общественном сознании повседневная деятельность органов государственной власти преимущественно ассоциируется с государственными услугами, оказываемыми гражданам и юридическим лицам.

Как справедливо отмечает В. А. Данилов, «государственный аппарат создается обществом для оказания гражданам ряда услуг, которые иным образом предоставляемые были бы неэффективны: правосудие, общественный порядок, здравоохранение и образование, культура, национальная оборона, социальные программы, охрана окружающей среды, транспорт» [1, с. 82]. Следовательно,

* Пресс-служба [Электронный ресурс] // Федеральная служба судебных приставов (ФССП России). URL: <https://fssp.gov.ru/reuters/> (дата обращения: 09.04.2023).

ключевым понятием, требующим тщательного исследования для точного понимания сути избранной темы, является понятие «услуги».

Услуги являются одним из компонентов экономической триады «товары-работы-услуги», в целях реализации которых люди начинают предпринимательскую деятельность. Каждый из элементов самостоятелен и наполнен собственным смысловым содержанием, но вместе с тем у них есть общая черта — они предназначены для удовлетворения потребностей третьих лиц как физических, так и юридических, которые выступают в роли потребителей. При этом данное предназначение товаров, работ, услуг не меняется, какая бы экономика ни была в стране — плановая или рыночная.

Термин «услуга» в юриспруденции означает способ удовлетворения потребностей граждан и юридических лиц [2, с. 3]. В частности, «услуга» определяется как вид материальной деятельности в Конституции Российской Федерации (ст. 8, 74); объект гражданских прав — в Гражданском кодексе Российской Федерации (ст. 128, 129)*; минимальные государственные стандарты — в Бюджетном кодексе Российской Федерации (ст. 6, 65). При этом оказание услуг подразумевает совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности (ч. 1 ст. 779 Гражданского кодекса Российской Федерации).

В экономической теории термин «услуги» — это вид товара, который может производиться, передаваться и потребляться одновременно. В специальной литературе чаще всего выделяют четыре отличительные черты услуг:

- 1) услуги неосвязаемы (товар, напротив, осязаем);
- 2) услуги недолговечны (их нельзя накапливать, хранить);
- 3) услуги неоднородны (их сложно или невозможно стандартизировать);
- 4) процесс производства услуги неотделим от ее продажи и потребления [3, с. 173].

Данные особенности четко демонстрируют то, что к рекламе государственных услуг стоит подходить как к части общего интегрированного процесса государственного управления, а рекламу государственных услуг не следует рассматривать отдельно от других функций органов государственной власти и от личного контакта с гражданами и представителями юридических лиц.

Для обеспечения необходимого спроса на предлагаемые услуги используют комплексные меры по их продвижению среди потенциальных потребителей. Каждый орган государственной власти занимается в этой области поиском своих путей зачастую методом собственных проб и ошибок. Однако здесь

* Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс] : 30 нояб. 1994 г., № 51-ФЗ : принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г. : в ред. Федер. закона от 16.04.2022 г. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

прослеживается два дополняющих друг друга стратегических подхода. Первый касается особенностей работы с постоянными клиентами, второй — привлечения новых.

Стратегия продвижения услуг средствами рекламы основывается на обязательной сегментации целевого рынка; разделении его на группы; изучении индивидуальных потребностей, запросов и предпочтений граждан и делового сообщества в профильных, дополнительных и сопутствующих услугах, а также их требований к главному процессу, участниками которого они являются [4, с. 17]. Для осуществления данных установок большинство фирм проводят периодическое изучение целевого рынка по таким показателям, как услуги, потребители, конкуренты [5, с. 233]. Специфика же государственных услуг состоит в том, что здесь отсутствует конкуренция с другими органами государственной власти, так как функциональное распределение полномочий изначально установлено на уровне федерального законодательства и подзаконных нормативных правовых актов, и органы государственной власти не вправе выйти за круг законодательно очерченных полномочий и обязаны оказать только те услуги, на осуществление которых они имеют полномочия.

Между тем нельзя говорить, что маркетинговый инструментарий невозможно применить в органах государственной власти. Напротив, в наши дни мы наблюдаем «внутреннюю» конкуренцию каждого органа государственной власти, обусловленную внедрением концепции цифрового правительства в его повседневную деятельность. Сейчас уже практически каждый орган государственной власти по собственной инициативе либо по указанию Правительства Российской Федерации вынужден пересматривать подходы к государственному управлению и интенсивнее осуществлять социальное взаимодействие с гражданами и деловым сообществом с использованием новейших медиатехнологий. Возникает конкуренция традиционных способов взаимодействия с общественностью и цифровых методов. Благодаря этой конкуренции и внедрению цифровых технологий орган государственной власти становится способным оказывать больше электронных государственных услуг гражданам в более сжатые сроки. Открытый и современный орган государственной власти становится более привлекательным и для юридических лиц, контактирующих с ним в рамках контрольно-надзорной деятельности за их работой, а также потенциальных подрядчиков, желающих осуществлять взаимодействие в рамках системы государственных закупок. В этой связи можно утверждать, что многие базовые положения маркетинга эффективны для использования органами государственной власти в целях улучшения коммуникаций с общественностью.

Далее рассмотрим основные теоретические положения маркетинга, которые могут быть востребованы в рамках изучения данной проблематики.

Прежде всего, следует отметить, что с экономической точки зрения потребительский рынок услуг выполняет функцию «удовлетворения платежеспособного спроса» [6, с. 49].

Целевая аудитория представляет собой потребителей, на которых направлены усилия маркетинговых коммуникаций. Целевая аудитория определяется по социально-демографическим признакам: пол, возраст, образование, доход, а иногда по психографическим: покупательские предпочтения, стиль жизни и т. д. [7, с. 10]. Целевая аудитория применительно к сфере услуг представляет собой совокупность потенциальных или уже готовых к потреблению определенной услуги потребителей, которые готовы изменить свой выбор под влиянием маркетинговых мероприятий в пользу данной услуги. Основной долей целевой аудитории являются потребители, наиболее активно пользующиеся этими услугами. Именно от них зависят объемы реализации услуг.

Целевую аудиторию можно классифицировать по двум основным видам: основная (*primary*) и косвенная (*secondary*). На основную целевую аудиторию, как правило, направлена рекламная кампания, помогающая потребителям определиться, в какой орган государственной власти следует обратиться за получением услуги. Косвенная целевая аудитория не является основной, вследствие чего в ходе планирования рекламной кампании не является приоритетной группой [8, с. 64].

Спецификой деятельности органов государственной власти является то, что они отражают интересы граждан или значительной их части, а также делового сообщества. Если рассматривать государство через призму маркетинга, то по широте своей целевой аудитории органы государственной власти характеризуются широкой социальной базой. При этом следует констатировать невысокую заинтересованность отдельных сотрудников органов государственной власти в своевременном решении жизненных ситуаций и проблем отдельного гражданина, что вызывает массовое недовольство деятельностью всего государственного аппарата.

В современной литературе причины недоверия общественности к органам государственной власти классифицированы на три группы: коммуникативные, организационные и культурно-исторические проблемы. Коммуникативные проблемы возникают из-за нарушений или игнорирования требований теории коммуникаций. Организационные сложности в подавляющем большинстве случаев связаны с низкой квалификацией специалистов, отвечающих за взаимодействие с обществом (обычно это PR-специалисты или специалисты по связям с общественностью). Культурно-исторические проблемы обусловлены доминированием в нашем обществе устоявшейся модели поведения граждан, которая стабильно воспроизводит ситуацию противостояния власти [9, с. 77].

На наш взгляд, указанные обстоятельства должны учитываться при исследовании целевой аудитории в сфере государственного управления.

1. Данилов В. А. Реклама и PR в органах государственной власти. Часть 1. Генезис PR в государственных структурах : учеб. пособие. М. : ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2019. 150 с. [Вернуться к статье](#)
2. Неделько С. И., Мурзина И. А., Егоров С. Н. Понятие государственной услуги как категории государственного управления // Изв. высш. учеб. заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2008. № 3. С. 3–11. [Вернуться к статье](#)
3. Тетерина Е. А., Питерова А. Ю. Специфика рекламы в сфере услуг // Наука. Общество. Государство. 2014. № 1 (5). С. 172–180. [Вернуться к статье](#)
4. Волкова М. А., Краснова К. А. Значение рекламы в предпринимательской деятельности // Частное и публичное право : межвуз. сб. науч. тр. науч. сотрудников, преподавателей и молодых ученых, Москва, 26 дек. 2019 г. / под ред. А. Н. Кокорева, Р. Р. Ленковской. М. : Саратов. источник, 2019. С. 16–22. [Вернуться к статье](#)
5. Сэндидж Ч., Фрайбурге В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика. М., 2008. 630 с. [Вернуться к статье](#)
6. Шабанова Л. Б., Шабанов М. Ю. Потребительский рынок товаров и услуг и основные тенденции его развития // Актуальные проблемы экономики и права. 2007. № 3 (3). С. 47–53. [Вернуться к статье](#)
7. Шевченко Д. А. Интегрированные коммуникации : энцикл. М., 2019. 297 с. [Вернуться к статье](#)
8. Гончаров А. Н., Дорогойченко Н. Ю. Целевая аудитория в сети Интернет // Актуальные вопросы в науке и практике : материалы XIII междунар. науч.-практ. конф. Уфа, 2018. С. 63–67. [Вернуться к статье](#)
9. Мишон Е. В. Комплексный имидж государственной власти как инструмент социального управления // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Экономика и управление. 2021. № 1. С. 76–85. [Вернуться к статье](#)

УДК 372.881.1

*E. N. Lappo**Lektorin des Lehrstuhls für Sozial- und Geisteswissenschaften
Mogiljower Institut des Innenministeriums der Republik Belarus*

VERWENDUNG DER MOODLE-TECHNOLOGIE BEIM UNTERRICHTEN EINER FREMDSPRACHE

Der Artikel behandelt die Bedeutung und Erfahrung der Nutzung von Lernkomplexen in einer Fremdsprache mithilfe der Moodle-Technologie. Moodle wird in verschiedenen Aspekten des Fremdsprachenunterrichts aktiv eingesetzt, beispielsweise bei der Entwicklung der Lese-, Schreib-, Sprech- und Hörverstehen-Fähigkeiten. Der Autor betont die Möglichkeit der Erstellung interaktiver Lehrmaterialien, der automatischen Wissensüberprüfung und des Feedbacks des Lehrers, auch im Rahmen des Fernunterrichts.

*E. H. Ланно**Использование технологии Moodle в преподавании иностранного языка*

В статье раскрывается важность и опыт применения учебных комплексов на иностранном языке с использованием технологии Moodle. Moodle активно используется в различных аспектах обучения иностранным языкам, например, при развитии навыков чтения, письма, речи и понимания на слух. Автор подчеркивает возможность создания интерактивных учебных материалов, автоматической проверки знаний и обратной связи учителя, также в контексте дистанционного обучения.

Heute ist die fremdsprachliche Ausbildung eine der Grundbestandteile der Vorbereitung und Ausbildung eines nichtsprachlichen Spezialisten. Die Anforderungen an den Fremdsprachenunterricht im System einer nichtsprachlichen Hochschule verändern sich stark: eine akademische Disziplin «Fremdsprache» wandelt sich zu einem umfassenden Lehr- und Ausbildungsmittel für eine wettbewerbsfähige Fachkraft mit dem Ziel der Selbstbildung und kreativen Tätigkeit.

Der Beitrag einer Fremdsprache zur Bildung der allgemeinen Fachkompetenz eines Spezialisten wird durch seine Fähigkeit bestimmt, eine fremdsprachliche Kommunikationskompetenz auszubilden, auf deren Grundlage eine Weiterentwicklung von Wissen oder Handlungskompetenz in jedem Fachgebiet möglich ist. Die fremdsprachliche Kommunikationskompetenz umfasst solche Komponenten wie: Sprachkompetenz (das Sprachsystem und seine Umsetzung in der Sprache), linguolandeskundliche Kompetenz, soziolinguistische Kompetenz, soziokulturelle Kompetenz, Lernkompetenz, kompensatorische Kompetenz.

Alle diese Arten von Kompetenzen sind eng miteinander verbunden. Die entwickelte fremdsprachliche Kommunikationskompetenz setzt ein solches

Sprachniveau voraus, wenn die Studierende richtige Aussage entsprechend einer konkreten Kommunikationssituation aufbauen können.

Im Lernprozess sowie bei der Entwicklung von Fremdsprachenkenntnissen ist es wichtig zu verstehen, dass ein integrierter Ansatz sowohl aus der Sicht der Methoden und Formen des Unterrichts als auch in Bezug auf die Mittel und Werkzeuge des Unterrichts erforderlich ist.

Aufgrund ihrer rasanten Entwicklung sind moderne Informations- und Computertechnologien bereits in nahezu allen Lebensbereichen weit verbreitet und benutzt.

In der modernen Welt gibt es viele digitale Bildungsressourcen. Und eine davon ist die elektronische Plattform Moodle. Es ist eine praktische Plattform für Fernunterricht. Das Moodle-System ist sehr einfach zu bedienen, vereint einen kompetenten Aufbau, Flexibilität und viele Funktionen zur Organisation des Lernens.

Moodle ist ein beliebtes Open-Source-Learning-Management-System (LMS), das von Pädagogen auf der ganzen Welt zur Erstellung von Online-Kursen und zur Verwaltung von Lernveranstaltungen verwendet wird. Moodle bietet Lehrkräften eine Plattform, um Kursinhalte zu erstellen und bereitzustellen, mit Studierenden zu interagieren und den Fortschritt der Studierenden zu verfolgen.

Im Bildungskontext sind Informationstechnologien und insbesondere die Moodle-Technologie häufig mit Fern- und Online-Lernen verbunden.

Doch verwendet man neue Informations- und Kommunikationstechnologien nicht nur im Fernunterricht, sondern auch beim Klassenunterricht. Viele Bildungseinrichtungen nutzen oft die Moodle-Technologie bei der Entwicklung und Nutzung elektronischer Lernkomplexe der studierten Disziplin.

Diese Elektronische Komplexe auf Basis der Moodle-Technologie in einer Fremdsprache sollen Lehrmaterialien bereitstellen und Studierende beim Erlernen einer Fremdsprache unterstützen. Diese Komplexe umfassen in der Regel Multimediainhalt, interaktive Übungen, Tests und Kommunikationsaufgaben, die den Studierenden das Erlernen der Sprache und den Aufbau fremdsprachlicher Kommunikationsfähigkeiten erleichtern sollen [1].

Einer der bedeutendsten Vorteile der Moodle-Technologie ist ihre Möglichkeit, personalisierte Lernverfahren für Studierende zu erstellen. Bei der Entwicklung solcher Komplexe lohnt es sich auch, die Möglichkeit einer Anpassung an die Bedürfnisse und Fähigkeiten verschiedener Studierender je nach ihren Kenntnissen in der zu erlernenden Sprache zu berücksichtigen. Beispielsweise kann ein Komplex für Anfänger grundlegende Vokabel- und Grammatikübungen enthalten, während ein Ressource für fortgeschrittenere Schüler authentische Inhalte wie Nachrichtenartikel, Videos und verwandte Aufgaben enthalten kann.

Betrachten wir auch andere Funktionen von Bildungsressourcen, die die Moodle-Technologie verwenden:

1. Interaktives Lernen: Die Moodle-Technologie erleichtert interaktives Lernen, indem sie eine Vielzahl von Aktivitäten bereitstellt, darunter Kommunikationsübungen, Tests, Quiz, Online-Diskussionen und Foren. Dies ermöglicht den Lernenden, sich aktiv am unabhängigen Lernen zu beteiligen und mit Altersgenossen zusammenzuarbeiten.

2. Personalisiertes Lernen. Die Moodle-Technologie ermöglicht es Lehrkräften, Lerninhalte an die individuellen Bedürfnisse der Schüler anzupassen. Dies gibt den Schülern die Möglichkeit, in ihrem eigenen Tempo und in ihrem eigenen Stil zu lernen. Dies ist nützlich besonders beim Erlernen einer Sprache, da die Schüler gezielt an ihren Schwächen arbeiten und ihre Fähigkeiten verbessern können.

3. Einfacher Zugriff: Auf die Moodle-Technologie kann man von überall, jederzeit und von jedem Gerät zugreifen. Dies bietet Flexibilität und Komfort sowohl für Lehrer als auch für Studenten.

4. Zeitmanagement. Die Moodle-Technologie hilft Lehrern, ihre Zeit effektiv zu verwalten, indem sie Verwaltungsaufgaben wie Benotung und Feedback automatisiert. Dies ermöglicht dem Lehrer, sich auf die Bereitstellung qualitativen hochwertigen Unterrichts und Lernens zu konzentrieren.

5. Feedback und Bewertung. Die Moodle-Technologie bietet dem Lehrer eine Plattform für Feedback und Bewertung der Fortschritte seiner Mündel. Dies hilft ihnen, die Stärken und Schwächen ihrer Studenten zu erkennen und die notwendige Unterstützung bewähren.

6. Multimedialernen. Die Moodle-Technologie unterstützt das Multimedia-Lernen, indem sie dem Pädagogen eine Plattform bietet, auf der er Videos, Bilder und andere Multimedia-Inhalte in den von ihm organisierten Lernprozess einbeziehen kann.

7. Analytics lernen. Die Moodle-Technologie stellt Lehrkräften Daten und Analysen zur Studienleistung zur Verfügung, die als Grundlage für Lernstrategien verwendet werden können.

8. Zusammenarbeit. Die Moodle-Technologie erlaubt den Studierenden, nicht nur mit dem Lehrer zusammenzuarbeiten, sondern auch mit ihren Altersgenossen an Gruppenprojekten teilzunehmen. Dies hilft den Studierenden, wichtige Teamarbeits- und Kommunikationsfähigkeiten zu entwickeln [2].

Im Rahmen der Klassenstunden im Fach «Fremdsprache (Deutsch)» sowie der selbstständigen Arbeit nutzen wir aktiv den mit der Moodle-Technologie erstellten elektronischen Lernkomplex für zukünftige Strafverfolgungsbeamte. Der Kurs ist sowohl für die Unterrichts- als auch für die selbstständige Arbeit der Kadetten entsprechend dem Lehrplan gebaut.

Der Kurs ist auf authentischen Text- und Videomaterialien zu allgemeinen lexikalischen Themen (soziale Kommunikation, Landeskunde, soziales Leben) sowie professionellen Materialien im Zusammenhang mit den Besonderheiten der Arbeit von Polizeibeamten basiert.

Entsprechend den Anforderungen des Lehrplans ist elektronischer Lernkomplex in Form von logisch zusammenhängenden Themen der sozialen Kommunikation und berufsorientierten Themen zusammengestellt. Das didaktische Material für jede praktische Stunde ist in die folgenden Abschnitte gegliedert: Theorie, Grammatikübungen, Textaufgaben. Jeder der Abschnitte enthält das notwendige Material zur Einarbeitung und zum selbstständigen Arbeiten, das in Form von Präsentationen, Audio- und Videomaterialien, authentischen Texten und Grammatikübungen präsentiert wird [3]. Nach jedem Thema gibt es Grammatiktests, an denen die Kadetten jederzeit teilnehmen und ihr Wissen zum Thema selbstständig testen können. Festigung des Gelernten kann anhand interaktiver Übungen, Testaufgaben zu grammatikalischen Themen sowie durch die Durchführung schriftlicher grammatikalischer Aufgaben und kommunikativer Übungen zu den gelernten Themen erfolgen.

Als Teil des elektronischen Lernkomplexes wird Moodle zur Stärkung des Prüfungselements des Faches «Fremdsprache (Deutsch)» eingesetzt. Moodle bietet eine Reihe von Testoptionen, darunter Multiple-Choice-, Zuordnung-, Richtig-Falsch-Fragen, Lückentext Auswahl und Kurzantwortfragen. Lehrer können auch anspruchsvollere Tests erstellen, bei denen die Schüler Aufsätze schreiben oder Sprech- und Hörübungen machen müssen. Diese Antworten können durch die Plattform automatisch benotet werden, was den Lehrkräften hilft, viel Zeit zu sparen.

Außerdem verwenden Lehrer Kurselemente wie «Aufgabe» und «Datei». Das Aufgabentool ermöglicht es dem Lehrer, ein Dokument hochzuladen, dessen Antwort in Form von Texten oder Dateien verschiedener Formate vorbereitet werden muss. Das Element «Datei» ist für die Speicherung und Verteilung von Lehrmaterialien. Besonders häufig wird dieses Format der Aufgabenstellung und Erzielung von Ergebnissen beim Fernstudium (z. B. in der Zwischenprüfungsperiode) eingesetzt [4].

Abhängig von den Zielen des Kurses sollte der Lehrer den Inhalt und die Zweckmäßigkeit der Aufgaben (nach verschiedenen Arten von Sprachaktivitäten), ihre Zahl, Erfüllungsmodus (Training oder Prüfung), Anzahl der Versuche, Termine usw. berücksichtigen. Besonders wichtig sind oft die Aufgaben zum freien Antwort, zum Beispiel das Verfassen eines Aufsatzes, das Zusammenstellen von Dialogen. Solche Aufgaben sind für die Entwicklung fremdsprachlicher Kompetenz in produktiven Formen der Sprachaktivität notwendig, werden aber im Gegensatz zu geschlossenen Aufgaben (Multiple Choice, Zuordnung, Richtig-Falsch-Fragen usw.) nicht automatisch von Moodle überprüft. Moodle-System kann nur Abgabetermine

feststellen. In solchen Fällen kann der Lehrer die Arbeit entweder selbstständig bewerten oder beispielsweise mithilfe der Möglichkeiten von Moodle eine gegenseitige Überprüfung der Studierenden organisieren.

Solche Schwierigkeiten treten jedoch häufig bei der Entwicklung der Ressource auf, und der Lehrer schafft sie beim Unterrichtsprozess in der Regel erfolgreich.

Zusammenfassend, kann Moodle als ausgezeichnete Lösung gelten, mit dem die verwendet werden kann, um die Lehrens- und Lernensqualität in vielen Fächern, einschließlich einer Fremdsprache zu verbessern. Seine Funktionen wie Online-Kurserstellung und ihre Verwaltung, Verfolgung des Studentenfortschritts und Mittel für die Zusammenarbeit machen es zu einer großartigen Wahl für Pädagogen, die ihre Lehrmethoden und die Lernqualität ihrer Studenten verbessern möchten.

Die Moodle-Technologie hat die Art und Weise verändert, wie Fremdsprachen in den Schulen und an den Universitäten unterrichtet werden. Es bietet Lernenden eine interaktive und ansprechende Lernplattform und ermöglicht es Pädagogen, personalisierte Lernverfahren zu erstellen, die zu den Bedürfnissen einzelner Lernender angepasst werden. Der Einsatz dieser Technologie auch differenziert den Lernprozess, ermöglicht Lehrern die Schaffung Multimedia-Lernumgebungen und stellt eine Reihe von Bewertungsmittel bereit, mit denen sie den Fortschritt einzelner Schüler verfolgen können. Da sich die Technologie weiterentwickelt, ist es wahrscheinlich, dass Moodle weiterhin eine wichtige Rolle beim Lernen und Lehren von Fremdsprachen spielen wird.

1. Балабанов В. Б. Использование инновационных средств обучения иностранным языкам в системе высшего образования [Электронный ресурс] // Гуманит. науч. исслед. 2014. № 11. URL: <http://human.snauka.ru/2014/11/8101> (дата обращения: 10.05.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

2. Балабанов В. Б., Перунова А. В. Использование новых информационных технологий для совершенствования качества обучения иностранному языку // Актуальные вопросы права, образования и психологии : сб. науч. тр. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский высший колледж Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: Ю. П. Шкаплеров (отв. ред.) [и др.]. Могилев : Могилев. высш. колледж МВД Респ. Беларусь, 2014. С. 235–240. [Вернуться к статье](#)

3. Перунова А. В. Информационно-образовательные ресурсы учебного заведения как инструмент формирования учебной автономии курсанта [Электронный ресурс] // Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве : сб. науч. ст. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2021. 1 электрон. опт. диск (CD-R). С. 170–173. [Вернуться к статье](#)

4. Балабанов В. Б., Балабанова Т. Н. Об особенностях комбинирования в электронном учебном издании по иностранному языку интерактивных заданий в онлайн и оффлайн форматах // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте — VII : сб. науч. ст. / под ред. Е. Е. Иванова. Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2022. С. 240–246. [Вернуться к статье](#)

УДК 791.43/.45

А. А. Левицкая
проректор по научной работе,
профессор Таганрогского института управления и экономики
(Россия)

ПРОЕКТ «ЗАПАДНЫЙ КИНЕМАТОГРАФ НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА «СОВЕТСКИЙ ЭКРАН» (1925–1991)»*

Тематика западного кинематографа на страницах журнала «Советский экран» в 1920-е годы была обширной и разнообразной. В силу довольно значительных творческих свобод в «Советском экране» в 1925–1929 годах широко публиковались фотографии западных кинозвезд (включая фото на обложках журналов), вполне идеологически нейтрально поданные биографии голливудских и европейских актеров и режиссеров, заметки о съемках фильмов и кинопрокате, рецензии на западные фильмы и т. д. Хотя, разумеется, на страницах журнала были и идеологически ангажированные материалы.

A. A. Levitskaya

Project «Western cinematographer on the pages of the “Soviet screen” magazine» (1925–1991)

The subject matter of Western cinematography in the pages of «Soviet Screen» magazine in the 1920s was vast and varied. In view of its considerable creative freedoms, «Soviet Screen» in 1925–1929 widely published photographs of Western film stars (including photos on magazine covers), quite ideologically neutral biographies of Hollywood and European actors and directors, notes on the shooting of films and film distribution, reviews of Western films, etc. Although, of course, there were also ideologically biased materials in the pages of the magazine.

В большинстве случаев тематика, связанная с историей журнала «Советский экран», рассматривалась исследователями фрагментарно, без попыток полноценного контент-анализа, следовательно, комплексный междисциплинарный анализ трансформации кинокритических концепций трактовок произведений западного кинематографа в журнале «Советский экран» — с года его основания (1925) до года завершения его советского периода (1991) — весьма актуален как в киноведческом и культурологическом, так и в историческом, философском, политологическом, социологическом аспектах.

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00015, <https://rscf.ru/project/23-28-00015/> в Таганрогском институте управления и экономики. Тема проекта: «Западный кинематограф на страницах журнала «Советский экран» (1925–1991)». Руководитель проекта: профессор А. А. Левицкая.

В рамках проекта нам важно проанализировать эволюции кинокритических трактовок произведений зарубежного кинематографа в журнале «Советский экран» — как в киноведческом и культурологическом, так и в историческом, политологическом, философском, социологическом аспектах (в рамках исторического, социокультурного, политического контекстов, основных этапов трансформации кинокритических трактовок произведений западного кинематографа в журнале «Советский экран» (1925–1991).

Прикладную значимость исследования мы видим в том, что полученные результаты могут быть использованы в научной деятельности киноведов, культурологов, искусствоведов, социологов, историков, ученых, изучающих медиакультуру; результаты проекта могут найти применение в сфере киноведческого, культурологического, исторического, журналистского, искусствоведческого, социологического образования (преподаватели, аспиранты, студенты, широкий круг аудитории, интересующийся данной тематикой).

Задачи проекта:

– изучить и проанализировать научную литературу, в той или иной степени имеющую отношение к теме заявленного проекта;

– изучить киноведческий, исторический, философский, культурологический, социокультурный, политический, социологический контексты, основные этапы трансформации кинокритических трактовок произведений западного кинематографа в журнале «Советский экран»: с года его основания (1925) до года завершения его советского периода (1991);

– осуществить классификацию, количественный и качественный контент-анализ, сравнительный анализ содержания кинокритических текстов о западном кинематографе в журнале «Советский экран» (с учетом обозначенных выше задач); установить и классифицировать, проанализировать основные кинокритические тенденции относительно западного кинематографа, специфику, свойственные каждому историческому периоду развития журнала в упомянутых выше контекстах. Здесь мы намереваемся исходить из следующих периодов развития журнала: 1925–1930 (начальный период развития журнала, период относительно творческой свободы кинокритики, когда зарубежная тематика нередко составляла до половины текста каждого журнала, здесь мы учитываем, что в конце 1929 года «Советский экран» был преобразован в «Кино и жизнь», а в начале 1931 года «Кино и жизнь» был объединен с журналом «Кино и культура» под названием «Пролетарское кино», и с этого года стал вести свой отчет журнал «Искусство кино»); 1939–1941 (в эти годы журнал возобновил свой выход под названием «Советский киноэкран», это был период идеологической унификации, когда объем материалов, посвященных западному кино, стал резко сокращаться, а отношение к нему на страницах журнала стало

в основном резко критическим); с учетом того, что «Советский экран» с 1942 по 1956 годы не выходил, следующий этап издания журнала начался с 1957 года, далее можно выделить «оттепельный» этап развития журнала с 1957 по 1968 год (когда объем статей о западном кино вновь стал увеличиваться и далеко не всегда был связан с резко критической оценкой зарубежных произведений киноискусства); затем последовал период «стагнации» — с 1969 по 1985 год, когда во время смены международной «разрядки» новой струей «холодной войны» в журнале активировалась негативная оценка западного кинематографа (хотя произведения «прогрессивных зарубежных мастеров экрана» получали высокую оценку у советских кинокритиков); и период «перестройки», когда с 1986 по 1991 год на страницах «Советского экрана» во многом произошла переоценка отношения к западному кинематографу;

– синтезировать и графически представить основные теоретические модели кинокритических подходов к западному кинематографу на страницах самого массового советского киножурнала — «Советский экран».

Методы исследования: комплексный контент-анализ, сравнительный междисциплинарный анализ, методы теоретического исследования: классификация, сравнение, аналогия, индукция и дедукция, абстрагирование и конкретизация, теоретический анализ и синтез, обобщение; методы эмпирического исследования: сбор информации, касающейся тематики проекта), компаративно-исторический методы.

Тематика западного кинематографа на страницах журнала «Советский экран» в 1920-е годы была обширной и разнообразной. В силу довольно значительных творческих свобод в «Советском экране» в 1925–1929 годах широко публиковались фотографии западных кинозвезд (включая фото на обложках журналов), вполне идеологически нейтрально поданные биографии голливудских и европейских актеров и режиссеров, заметки о съемках фильмов и кинопрокате, рецензии на западные фильмы и т. д. [1; 2].

Разумеется, в рецензиях на западные фильмы и в рассуждениях о текущем состоянии кинопроцесса в Голливуде и Европе содержались пропагандистские клише, противопоставляющие буржуазные коммерческие киноинтересы пролетарскому киноискусству [3]. Но в целом «Советский экран» 1920-х старался более-менее объективно оценить произведения западного кинематографа.

1. Гуль Р. По кино Берлина // Советский экран. 1925. № 11. С. 15. [Вернуться к статье](#)
2. Мильман В. Премьера в Лондоне // Советский экран. 1925. № 27. С. 9. [Вернуться к статье](#)

3. Борисов Е. Кинопарад монархистов // Советский экран. 1926. № 51-52. С. 3.
[Вернуться к статье](#)

УДК 159.9

О. О. Лемешевский

старший преподаватель кафедры юридических дисциплин
факультета внутренних войск
Военной академии Республики Беларусь,
магистр военных наук

О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ ФОРМИРОВАНИЯ МОТИВАЦИИ К ВОЕННОЙ СЛУЖБЕ С ПОМОЩЬЮ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В современных социально-экономических условиях, а также реалиях геополитической обстановки особую значимость приобретают высокий уровень морально-психологического состояния военнослужащих и боеспособность войск в целом. Мотивация является сложным процессом и реализуется через различные виды побуждений. В данной статье рассматривается Интернет как инструмент формирования мотивации к военной службе.

O. O. Lemeshevskiy

About some issues of the formation of motivation for military service using the Internet

In modern socio-economic conditions, as well as the realities of the geopolitical situation, the high level of the moral and psychological state of military personnel and the combat capability of the troops as a whole are of particular importance. Motivation is a complex process and is realized through various types of motivations. This article examines the Internet as a tool for the formation of motivation for military service.

Во все времена приоритетное значение в деятельности государства отдавалось развитию молодежи. Безусловно, от патриотического воспитания, правовой культуры, экономических выборов молодых людей зависит благополучие всего общества. В условиях информационной войны, которую ведет коллективный запад против Республики Беларусь, навязывая чуждые нашему менталитету ценности, возвеличивая вклад США в победе во Второй мировой войне и одобряя всякие неуважительные высказывания в адрес государства, изучение вопросов работы с молодыми людьми как никогда актуально.

Нельзя отрицать заинтересованность молодых людей различными социальными сетями («Тик-ток», «Инстаграм», «Ютуб» и т. д.), которые формируют новое качество социальной коммуникации. Сегодня в Интернете зарождаются и апробируются молодежью новые культурные практики, создаются новые типы сообществ, что свидетельствует о значительном влиянии Интернета на личность молодого человека, его взгляды, окружение и т. д.

Для более полной характеристики рассматриваемого вопроса необходимо отметить, что защита своей страны — основная конституционная обязанность граждан. Данная обязанность предполагает обязательную военную службу. Вопрос, касающийся службы в армии, давно вызывает интерес исследователей, находящихся в поиске способов повысить мотивацию к военной службе. Ведь замотивированные военнослужащие склонны к добросовестному выполнению служебно-боевых задач, саморазвитию, физическому воспитанию, обладают высокой правовой культурой. А в случае обучения на военных факультетах мотивация — это важнейший фактор, который приводит к академическому успеху, усвоению знаний.

В связи с этим актуальным становится вопрос, как социально активная молодежь в условиях использования всех возможностей сети Интернет (быстрый поиск информации, общение, приобретение товаров и услуг, трудоустройство, образовательные курсы) может быть замотивирована на военную службу или обучение в военных учреждениях высшего образования. Для ответа на этот вопрос необходимо отметить обобщенные факторы, способствующие повышению мотивации к учебе у студентов, выявленные в ходе опроса:

- применение инноваций в обучении;
- повышение стипендии и создание условий материального стимулирования студентов;
- увеличение доли практических занятий и уменьшение часов на самостоятельную работу студентов;
- стимулирование творческого подхода преподавателями [1].

Важным для нашей статьи становится положение о том, что на факультете внутренних войск внедрены и активно функционируют все обозначенные студентами факторы повышения мотивации.

Обучение будущих офицеров внутренних войск сопряжено с постоянными инновациями, очевидным является факт большего материального стимулирования курсантов в отличие от студентов, обучение сопряжено с постоянными практическими занятиями и стажировками, а творческий подход к обучению стимулируется и поощряется как среди курсантов, так и среди преподавательского состава.

Сущность вышесказанного сводится к тому, что социально активной молодежи, которая большое количество времени находится в Интернете, необходимо показать существующие условия обучения для формирования мотивации пройти обучение на военном факультете. В этом контексте представляется убедительным, что показывать внутреннюю структуру обучения будущих офицеров необходимо на Днях открытых дверей, через профориентационную работу, проведение выездных занятий, тематических встреч.

Однако для более результативного охвата потенциальных абитуриентов, несомненно, следует пользоваться интернет-площадками, популярными у современной молодежи. Результаты проведенного теоретического анализа тематической литературы позволяют приступить к решению поставленной проблемы созданием:

- телеграм-каналов, освещающих деятельность военных учебных заведений, акцентируя внимание на достижениях курсантов, внедряемых в обучение инновациях;

- телеграм-чатов для потенциальных абитуриентов и молодых людей, проявивших интерес к учебному заведению, где компетентный офицер будет отвечать на информационные и организационные вопросы;

- страницы в «Инстаграм», сообщества «В контакте», где будут публиковаться анонсы предстоящих мероприятий, качественный контент учебного заведения;

- аккаунта в «Тик-ток» и на «Ютуб», площадок, в основе своей работающих с видеоматериалами, где необходимо публиковать фильмы и тематические рубрики, показывающие курсантскую жизнь изнутри («Документальные фильмы», «Один день из жизни курсанта», «Практические занятия»).

По информации, подготовленной Белорусским статистическим комитетом по данным выборочного обследования домашних хозяйств по изучению использования суточного фонда времени населением Республики Беларусь, установлено, что люди от 10 лет и старше проводят более 50 % своего свободного времени на вышеописанных интернет-платформах, в мессенджерах и других сервисах. В связи с этим изучение подобной тематики оказывается в фокусе исследовательского внимания.

Усиленное внимание к проблеме интернет-взаимодействия не может не отразиться и на внедрении новшеств в мероприятия подобного рода с молодыми людьми в реальной жизни.

Во-первых, следует в ходе проведения дней открытых дверей, тематических семинаров, круглых столов и т. д. акцентировать внимание на наличие у учебного заведения интернет-ресурсов, представлять присутствующим самые яркие элементы опубликованного контента.

Во-вторых, проводя профориентационную работу в учебных заведениях, следует использовать дополнительную материальную базу и личный состав старших курсов. Предлагается мероприятие проводить как минимум на двух учебных точках (теоретическая и практическая), где после рассказа об особенностях обучения следует приступить к практической отработке учебного вопроса с абитуриентами (например, «бой в городе: характер и особенности боевых действий»).

В будущем для системного исследования вопроса мотивации к военной службе важно обобщить все анализируемые и используемые инструменты и разработать единую методику с более расширенной эмпирической составляющей.

Таким образом, можно говорить о том, что при формировании мотивации к прохождению военной службы следует использовать пользующиеся популярностью у молодых людей интернет-платформы. Основной коммуникативной стратегией использования интернет-платформ для формирования мотивации к прохождению военной службы служат презентация всех положительных особенностей быта военнослужащих, а также создание доверительной и комфортной среды, формирование возможности прямого общения будущих военнослужащих с уже проходящими военную службу молодыми людьми.

1. Гафиятулина А. С. Геймификация в образовании на примере курса «Основы работы в moodle» // Гуманитар. информатика. 2019. № 16. С. 50–57. [Вернуться к статье](#)

УДК 378.1

И. Л. Лукашкова

*доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат педагогических наук (Беларусь)*

МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНФОГРАФИКИ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

В статье обосновывается значимость непрерывного медиаобразования и расширения медиакомпетентности современных специалистов с учетом тенденций развития новых медиа, способов визуализации медиакоммуникации. Представлено авторское определение понятия «медиаобразовательный потенциал инфографики». Раскрыто содержание потенциала инфографики в формировании и совершенствовании субъектов образовательного процесса высшей школы.

*I. L. Lukashkova**Media educational potential of infographics in higher education*

The article justifies the significance of continuous media formation and expansion of the media competence of modern experts, taking into account the development trends of new media, methods of visualizing media communication. The author's definition of the concept of "media educational potential of infographics" is presented. The content of the potential of infographics in the formation and improvement of the subjects of the educational process of higher education is revealed.

Интенсивное развитие информационных и цифровых технологий, интернетизация и усиление интерактивности социального взаимодействия явились факторами существенного преобразования как процессов медиапроизводства, так и самого медиaprостранства. Современные медиа за счет своей интерактивности, мультимедийности, неограниченного объема информации, высокой скорости ее распространения, отсутствия границ между индивидуальными и массовыми каналами коммуникации [1] пользуются большой популярностью, особенно у подрастающего поколения, что содействует активному вовлечению молодых людей в медиапроизводство и медиапотребление.

Такое сближение медиа с аудиторией, внедрение и использование медиатехнологий во многих сферах человеческой деятельности подчеркивает значимость непрерывного медиаобразования и расширения медиакомпетентности. Медиакомпетентность становится одним из важнейших интегративных личностных качеств и занимает важное место в системе профессиональных компетенций будущего специалиста, обеспечивающих успешность функционирования в информационном обществе. В настоящее время выпускник высшей

школы должен не только уметь применять информационные технологии в своей профессиональной деятельности, но и быть способным свободно ориентироваться в непрерывно поступающих и увеличивающихся потоках информации, успешно справляться с социально-профессиональными ситуациями, выходящими за пределы предметной области, анализировать и критически оценивать социальную действительность, создавать собственные информационные ресурсы и использовать их для решения профессиональных задач. Следовательно, в условиях развития цифровой цивилизации медиакомпетентность выступает ресурсом для эффективной реализации социальных и информационно-образовательных технологий, профессиональной деятельности.

Все это, актуализируя задачу формирования медиакомпетентности у будущих специалистов, диктует новые требования к организации и содержанию профессиональной подготовки в высшей школе. Одним из направлений ее совершенствования является поиск новых эффективных методов и приемов использования возможностей медиаобразования посредством активного привлечения медиаресурсов в образовательный процесс. На наш взгляд, значительным образовательным потенциалом для формирования медиакомпетентности обладают современные медиа и способы визуализации медиакommunikации. Таким средством и приемом работы с информацией, основанном на синтезе различных знаково-символических объектов, динамично развивающимся и широко распространенным в медиасфере, выступает инфографика. В данном контексте научный интерес представляет определение медиаобразовательного потенциала инфографики в высшей школе.

Применительно к образовательному процессу инфографика — «графический способ подачи информации, целью которого является быстрое, доступное и понятное усвоение, переработка и анализ информации» [2, с. 137].

Инфографика, как способ обработки и трансляции медиаинформации, имеет ряд преимуществ:

- обладает привлекательностью для большого количества потребителей, что способствует усилению коммуникативного воздействия;
- концептуализирует определенную проблему, тем самым побуждает потребителей к анализу, размышлению, формулировке выводов;
- активизирует когнитивные процессы: установление причинно-следственных связей, проведение сравнений, выделение важного;
- позволяет быстро воспринимать информационное сообщение вследствие отсутствия избыточности сведений и максимального исключения информационного шума;
- содействует актуализации информации на заданную тему и интереса к ней вне новостного контекста;

– структурирует большие объемы информации, что облегчает восприятие информации [2].

Проявление медиаобразовательного потенциала инфографики можно рассмотреть на трех уровнях:

1) как ресурс — включает совокупность характеристик и свойств инфографики, которые обуславливают ее способность определенным образом обрабатывать, «упаковывать» и транслировать информацию. Так, в инфографике за счет синтеза различных знаково-символических объектов удачно совмещаются иллюстративность изображения и вербально-логическая наполненность сообщения;

2) как резерв — отражает практическое применение инфографики в различных областях общественной жизни. В настоящее время инфографика активно используется как способ представления информации и коммуникативного воздействия не только в СМИ, но и в сфере культуры, науки, образования, экономики, юриспруденции, здравоохранения, рекламы и др., в том числе для оптимизации учебного процесса в высшей школе;

3) как возможность — ориентирует на развитие инфографического способа представления информации и расширение границ его использования, повышения медиактивности и медиакомпетентности будущих специалистов.

Таким образом, под медиаобразовательным потенциалом инфографики в высшей школе мы понимаем совокупность средств создания, способов и условий для ее применения в образовательном процессе с целью формирования и совершенствования медиакомпетентности студентов.

В образовательном пространстве учреждения высшего образования медиаобразовательный потенциал инфографики может реализовываться в двух направлениях: 1) использование готовых инфографических материалов; 2) создание собственных инфографических объектов участниками образовательного процесса [3].

В первом направлении готовые инфографические объекты, как правило, используются преподавателем при изложении конкретного учебного материала в качестве визуальной опоры для упрощения процесса восприятия информации и оптимизации ее усвоения обучающимися. Студентами готовые инфографические материалы могут применяться в ходе подготовки и трансляции знаний, умений, навыков в учебной, научно-исследовательской, профессиональной деятельности. Это способствует как поддержанию продуктивного взаимодействия субъектов образовательного процесса средствами медиа, так и расширению представлений о возможностях использования инфографики в различных формах социальной и образовательной практики, формированию и совершенствованию культуры медиапотребления.

Второе направление ориентировано на формирование у участников образовательного процесса опыта медиаторства. С целью повышения качества учебного процесса преподаватель сам создает инфографические объекты, закладывая в их содержание учебный материал по определенному разделу, теме или вопросу преподаваемой дисциплины. Благодаря своим свойствам инфографика как способ визуализации позволяет рационально организовывать большие объемы учебного материала, что весьма актуально для образовательного процесса в учреждениях высшего образования. Также она обладает широким ассортиментом графических средств (изображения, графики, схемы, диаграммы, таблицы, списки, таймлайны), что позволяет наглядно представить хронологию событий, динамику процесса, структуру явления, логические взаимосвязи. Обучающиеся активно включаются в медиаобразовательную деятельность в ходе выполнения творческих заданий по проектированию и построению инфографики как на занятиях, так и в ходе внеаудиторной самостоятельной работы. Это стимулирует студентов на самостоятельный выбор вида инфографики, исследование информации по теме для ее создания, определение символов и иллюстраций для передачи смысла, логической организации материала, ресурсов и технологических способов ее реализации [4]. Кроме того, в настоящее время для создания инфографики существует множество online-сервисов, функциональные возможности которых удовлетворят разнообразные предпочтения субъектов образовательного процесса высшей школы.

Тем самым медиаторство в образовательной деятельности способствует формированию у преподавателей и студентов медиакомпетентности. Они овладевают основными алгоритмами поиска информации по заданной теме, совершенствуют умения критически оценивать и перерабатывать информацию, создавать собственные медиапродукты в форме инфографики, приходят к осознанию влияния инфографических объектов на аудиторию и их значимости для образовательного процесса.

Медиаобразовательный потенциал инфографики отражается в выполняемых ею функциях:

- информационно-кумулятивной — инфографика актуализирует, аккумулирует и транслирует полезный опыт применения способа визуализации информации;
- гносеологической — восприятие и создание инфографических объектов стимулирует развитие новых мыслительных навыков;
- коммуникативно-социальной — включение инфографики в образовательный процесс развивает способности использования медиа в коммуникативном взаимодействии, оценки степени информационного воздействия на людей, в том числе с учетом эстетического и нравственного аспектов;

– семиотической — инфографика способствует определению и уточнению области современного медиазнания в содержании образовательного процесса;

– аксиологической — инфографика обуславливает ценностно-смысловые ориентиры применения визуальных единиц информации как в учебной, так и в будущей профессиональной деятельности;

– креативно-преобразующей — сам процесс создания инфографических объектов предполагает самостоятельный, творческий характер.

Таким образом, особенности развития и функционирования современного медиапространства актуализируют задачу непрерывного медиаобразования и расширения медиакомпетентности специалистов. Для ее решения в образовательный процесс высшей школы следует активно включать разнообразные медиаресурсы. Значительным медиаобразовательным потенциалом обладает инфографика, которая получила широкое распространение не только в медиафере. Ее использование в образовательном процессе учреждения высшего образования содействует формированию и совершенствованию медиакомпетентности как интегративного качества личности, необходимого для успешного функционирования в информационном обществе и эффективной реализации профессиональной деятельности.

1. Смирнова О. В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 26–37. [Вернуться к статье](#)

2. Носкова И. К., Насырова Э. Ф. Инфографика как средство визуализации информации в профессиональном образовании // Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт : сб. ст. междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 17 июня 2019 г. / Белгород. обл. дет. эколого-биол. центр ; редкол.: С. И. Линник-Ботова, О. А. Гагауз. Белгород, 2019. С. 136–139. [Вернуться к статье](#)

3. Лукашкова И. Л., Садикова Е. Ю. Актуальность визуализации информации в контексте профилактики девиантного поведения несовершеннолетних [Электронный ресурс] // Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве : сб. науч. ст. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2022. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). [Вернуться к статье](#)

4. Лукашкова И. Л. Инфографика в образовательном процессе высшей школы: дидактический потенциал и особенности применения [Электронный ресурс] // Организация образовательного процесса в учреждении высшего образования: научные и методические аспекты : сб. ст. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: Ю. П. Шкаплеров (председ.) [и др.]. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2021. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). [Вернуться к статье](#)

УДК 343.546

И. Л. Лукашкова

*доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат педагогических наук (Беларусь)*

Д. А. Барковец

*курсант 3-го курса факультета милиции
Могилевского института МВД (Беларусь)*

ОНЛАЙН-ГРУМИНГ: РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ, МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ, ФАКТОРЫ РИСКА

В статье рассматривается проблема онлайн-груминга как новой формы преступных действий в сфере половой свободы и половой неприкосновенности несовершеннолетних, совершаемых в сетевом пространстве коммуникации. Обозначены причины распространенности онлайн-груминга, раскрыты особенности организации и развития процесса коммуникации между грумером и ребенком, приемы воздействия на несовершеннолетнего, выделены факторы риска.

I. L. Lukashkova, D. A. Barkovets

Online grooming: prevalence, implementation mechanisms, risk factors

The article considers the problem of online grouping as a new form of prestigious actions in the field of sexual freedom and sexual integrity of the minors committed in the network space of communication. The causes of the prevalence of online grouping are indicated, the features of the organization and development of the communication process between Grumer and the child, techniques for influencing a minor are revealed, risk factors are identified.

В настоящее время Интернет стал площадкой коммуникационной активности людей разного возраста. Его популярность объясняется широкими возможностями реализации коммуникативной функции. Благодаря интернет-технологиям можно делиться информацией о событиях, происходящих в повседневной жизни, выражать эмоциональные реакции и обмениваться текущими переживаниями со своими близкими и знакомыми, заводить новые знакомства и находить единомышленников, помогать другим людям и обращаться за помощью самому, экспериментировать со своим образом и пробовать себя в разных социальных ролях, участвовать в создании и реализации совместных интересных проектов и др.

Однако, несмотря на множество преимуществ, интернет-коммуникация обладает и рядом потенциальных опасностей. В условиях информационного общества представители каждого нового поколения становятся участниками

киберкоммуникативного пространства во все более раннем возрасте, вследствие чего возрастает вероятность того, что дети и подростки могут стать жертвами деструктивного онлайн-поведения. Результаты исследования, проведенного в мае – июне 2022 года в России международной компанией в сфере информационной безопасности и цифровой приватности «Лаборатория Касперского», в котором приняли участие более двух тысяч детей и взрослых, свидетельствуют, что 79 % несовершеннолетних получают запросы на добавление к их профилю в социальных сетях от незнакомых людей, причем из них 23 % заявок принадлежит взрослым. Опрос показал, что практически половина детей (49 %) знакомилась с новыми людьми в социальных сетях, а более трети из них (36 %) затем соглашались на реальные встречи с новыми знакомыми из социальных сетей. Несмотря на то, что 88 % детей в возрасте 7–10 лет являются обладателями собственного планшета и/или смартфона, родители не осуществляют должного контроля за их активностью в Сети. Достаточно часто дети пренебрегают мерами информационной безопасности. Почти половина юных пользователей социальных сетей в профиле сообщают свой настоящий возраст, а 27 % — номер школы. Несовершеннолетние охотно делятся информацией о своих увлечениях, 13 % несовершеннолетних публикуют фотографии, на которых видна обстановка квартиры, 12 % делятся именами родственников (родителей), а 10 % — указывают номер мобильного телефона. Согласно данным опроса выяснено, что треть родителей вообще не владеет информацией о том, какие цифровые следы ребенка имеются в открытом доступе в Интернете [1].

Дети и подростки, в силу своих возрастных психологических особенностей и недостаточной цифровой грамотности, недооценивают риски столкновения с деструктивными ситуациями при коммуникации в Сети [2], а низкий уровень цифровой компетентности родителей и социального контроля с их стороны лишь усугубляют масштаб и степень серьезности проблемы. Особую тревогу вызывает деятельность, связанная с сексуальной эксплуатацией несовершеннолетних в киберпространстве. К таким наиболее опасным противоправным явлениям, получившим распространение в мировой практике благодаря интернет-технологиям, относится онлайн-грумминг, целью которого является получение интимных фото- и видеоматериалов ребенка, а также возможное в последующем склонение несовершеннолетнего к реальному сексуальному контакту [3].

Для достижения целей онлайн-грумминга злоумышленники могут использовать различные цифровые технологии и платформы: социальные сети, форумы и чаты, электронную почту, мессенджеры, игровые сайты. Безусловно, богатый ассортимент инструментов онлайн-коммуникации расширяет возможности реализации кибергрумминга и содействует его активному распространению

в разных странах. Эта негативная тенденция отмечается и в нашей стране. Согласно информации, предоставленной Следственным комитетом Республики Беларусь, в 2022 году потерпевшими по преступлениям против половой неприкосновенности или половой свободы признаны более 840 детей, причем более 80 % указанных преступлений совершены с использованием сети Интернет. В сравнении с предыдущим годом количество несовершеннолетних потерпевших возросло более чем на 20 % [4].

Масштабы и ущерб, наносимый данной формой сексуальной эксплуатации физическому, психическому и социальному здоровью несовершеннолетних, подчеркивают социальную значимость проблемы и необходимость комплексного изучения феномена онлайн-груминга. Раннее выявление и предотвращение сексуального домогательства по отношению к детям в Интернете требуют определения специфики механизмов реализации онлайн-груминга и факторов риска, что и явилось целью нашего исследования.

В научных работах приводятся различные трактовки термина «онлайн-груминг», но чаще его рассматривают как одну из форм/способов сексуального насилия или эксплуатации [3; 5; 6]. А. А. Мазур определяет онлайн-груминг «как процесс установления эмоциональной связи и дружеских отношений злоумышленника с ребенком или подростком с целью совершения развратных действий, сексуального насилия либо иных форм сексуальной эксплуатации» [7, с. 143]. В самом слове «груминг» заложена основная суть технологии, применяемой преступниками: создание у ребенка ощущения заботы, искреннего интереса, то есть формирование на подсознательном уровне ощущения психологической зависимости. А. С. Мошаровой и Д. А. Карабатовой предлагается более детальное определение онлайн-груминга [6]. Проанализировав его содержание, можно выделить основные цели, на реализацию которых ориентированы грумеры посредством сетевого взаимодействия с несовершеннолетними:

- совершение сексуальных действий онлайн без непосредственного физического контакта или при последующей личной встрече;
- получение материалов эротического и порнографического характера;
- использование интимных материалов для шантажа или дальнейшей продажи.

Следовательно, для злоумышленников онлайн-груминг выступает способом удовлетворения своих сексуальных потребностей и/или получения материальной выгоды.

Одним из важнейших аспектов в работе по предупреждению и пресечению онлайн-груминга является понимание специфики его протекания и приемов воздействия на несовершеннолетних. Безусловно, онлайн-груминг может иметь различную продолжительность и интенсивность, что обусловлено

степенью подготовленности онлайн-грумера, устойчивостью его установки на сексуально направленные контакты с детьми, психологическими особенностями несовершеннолетней жертвы, ее реакциями и т. д. Но, несмотря на сложность и комплексность, процесс онлайн-груминга включает три обязательных (универсальных) стадии: 1) вступление в контакт; 2) подготовка; 3) собственно сексуальная коммуникативная активность [8].

Первая стадия начинается с мониторинга онлайн-грумером социальных сетей, сбора и анализа общей информации о несовершеннолетнем, выяснения его интересов, увлечений и актуальных потребностей. Затем злоумышленник инициирует знакомство с ребенком, первоначальный диалог, как правило, начинается с обсуждения общих вопросов на отвлеченные темы. В ходе дальнейшей активной коммуникации, демонстрируя потенциальной жертве интерес к ее проблемам и переживаниям, он стремится расположить к себе несовершеннолетнего, установить с ним доверительные отношения. Целью этой стадии является целенаправленный выбор жертвы в соответствии с собственными предпочтениями и с учетом степени ее доступности и уязвимости. Поскольку мотивы и намерения онлайн-грумера носят скрытый характер, а процесс коммуникации на стадии вступления в контакт выглядит невинно и протекает как обычная форма развития отношений в Сети, выявить признаки противоправного деяния крайне сложно.

На стадии подготовки разговоры начинают приобретать сексуальный контекст. Злоумышленник постепенно включает в диалоги вопросы, касающиеся личной жизни несовершеннолетнего, его влюбленностей, обсуждает романтические и сексуальные аспекты. Преступник делится информацией о собственном сексуальном опыте, позиционирует его увлекательность, демонстрирует свои интимные материалы, инициирует разговор о видах, способах, количественных и качественных характеристиках половых контактов, чтобы пробудить у ребенка интерес к данной тематике. В случае негативной реакции жертвы и желая пресечь коммуникацию, грумер на некоторое время прекращает общение на интимные темы, чтобы восстановить доверие, а затем вновь переходит к сексуально ориентированному общению. Цель этой стадии — стимулирование несовершеннолетнего к предстоящим сексуальным действиям. Онлайн-грумер добивается расширения границ допустимости интимного контакта, снятия у ребенка внутренних запретов и принятия им идеи «нормальности» подобного поведения.

Для стадии собственно сексуальной коммуникативной активности характерна готовность жертвы к продолжению общения, интимная тематика становится основной. Злоумышленник демонстрирует несовершеннолетнему свое желание вступить с ним в сексуальный контакт, обращается с просьбой

прислать ему личные фотографии или видео интимного содержания, которые сопровождается большим количеством комплиментов, побуждает жертву к совершению различных действий сексуальной окрашенности онлайн и/или к реальной встрече с целью вступления с ней в сексуальные отношения. На этой стадии достигается одна из целей онлайн-грумера, поэтому она представляет наибольшую опасность для несовершеннолетнего.

Процесс онлайн-груминга обладает цикличностью, его стадии могут иметь различную длительность, так как зависят от целей и конкретных действий грумера, а также реакций несовершеннолетнего на них. А. С. Медведевой и Е. Г. Дозорцевой на основе анализа содержания интернет-коммуникаций (переписок) взрослых с несовершеннолетними сделан вывод о том, что для воздействия на свою жертву онлайн-грумеры используют как манипулятивные, так и директивные приемы. Так, спектр манипулятивных приемов грумеров включает: сообщение ложной информации о себе; вызов реакции подражания в результате сравнения несовершеннолетнего с его сексуально раскрепощенными сверстниками; положительное подкрепление (комплименты, лесть, обещание награды); проявление сочувствия; внушение чувства вины; провокация с целью вызвать у ребенка стремление продемонстрировать взрослость, соответствовать новому знакомому и др. К директивным приемам, которые онлайн-грумеры часто применяют в случаях нежелания несовершеннолетних поддерживать с ними коммуникацию, относятся: принуждения, угрозы разоблачения, шантаж, деструктивная критика, оскорбления, обвинения, призывы к ответственности перед близкими людьми и т. п. [8].

В разработке проблемы онлайн-груминга значимым является и определение факторов, усиливающих подверженность несовершеннолетних сексуальному домогательству в киберкоммуникативном пространстве. Чаще объектом девиантных действий онлайн-грумеров становятся девочки-подростки. К индивидуальным факторам риска относятся низкая самооценка, неуверенность в себе, стремление несовершеннолетних (как женского, так и мужского пола) к исследованию собственной сексуальности, экспериментированию с ней. Дети и подростки с ограниченными возможностями здоровья, непринятые группой, имеющие сложности в общении со сверстниками, также составляют группу риска. Определенный вклад вносят и средовые факторы: недостаточная цифровая компетентность родителей, низкий уровень контроля с их стороны за деятельностью ребенка в Сети, отсутствие доверительных отношений и позитивной поддержки несовершеннолетнего в семье.

На наш взгляд, фактором риска онлайн-груминга может являться, казалось бы, безобидное увлечение родителей, обозначаемое термином «шерентинг». Шерентинг — опубликование родителями фотографий и видеозаписей

своих детей, информации об их жизни в социальных сетях. Занимаясь этой практикой, родители, не задумываясь о последствиях, в открытом доступе размещают сведения о возрасте ребенка, месте жительства и учебы, распорядке дня, составе семьи, увлечениях и друзьях, уязвимых местах и т. д. Такая подробная личная информация о ребенке представляет интерес не только для родственников и подписчиков родителей, но и для онлайн-злоумышленников, поскольку они могут ею воспользоваться для создания «благоприятных» условий реализации сексуального домогательства по отношению к несовершеннолетнему. Тем самым родители своими действиями непреднамеренно ставят ребенка в уязвимую позицию мишени для воздействия онлайн-грумеров.

В заключение следует отметить, что сексуальная эксплуатация детей и подростков остается одной из серьезных проблем современного общества, так как освоение киберкоммуникативного пространства людьми разного возраста и активное использование его ресурсов привело к появлению новых форм данной противоправной деятельности. Опасность для несовершеннолетних представляет онлайн-груминг — процесс взаимодействия с ребенком в сети Интернет, в ходе которого злоумышленник стимулирует его к получению сексуального опыта и совершению соответствующих действий онлайн и офлайн. Обозначенные особенности организации и развития сетевого общения между грумером и ребенком, социально-психологические механизмы реализации взаимодействия и приемы воздействия на жертву, индивидуальные и средовые факторы уязвимости детей для онлайн-груминга являются необходимым основанием для эффективного решения задач по выявлению, пресечению и профилактике такой формы преступных действий в сфере половой свободы и половой неприкосновенности несовершеннолетних.

1. Исследование 2022: Взрослые и дети в интернете: альтернативные цифровые реальности [Электронный ресурс]. URL: https://kids.kaspersky.ru/article/vzroslye_i_deti_v_internete_alternativnye_cifrovye_realnosti (дата обращения: 18.03.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

2. Лукашкова И. Л. Информационно-коммуникативные угрозы виртуального взаимодействия: особенности проявления и способы реализации [Электронный ресурс] // Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве : сб. науч. ст. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. Могилев : Могилев. ин-т МВД, 2019. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). [Вернуться к статье](#)

3. Карпенко Д. Д. Проблемы криминализации «онлайн-груминга» в Республике Беларусь // Вопросы криминологии, криминалистики и судебной экспертизы. 2022. № 2 (52). С. 155–158. [Вернуться к статье](#)

4. СК: в 2022 году потерпевшими по преступлениям против половой неприкосновенности признаны более 840 детей [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.belta.by/society/view/sk-v-2022-godu-poterpevshimi-po-prestuplenijam-protiv-polovoj-neprikosnovennosti-priznany-bolee-840-553985-2023/> (дата обращения: 21.03.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

5. Дозорцева Е. Г., Медведева А. С. Сексуальный онлайн-груминг как объект психологического исследования // Психология и право. 2019. Т. 9. № 2. С. 250–263. [Вернуться к статье](#)

6. Мошарова А. С., Карабатова Д. А. Проблемы защиты детей от насилия в киберпространстве // Социально-правовая защита детства как приоритетное направление современной государственной политики : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Чебоксары, 13–14 апр. 2018 г. / Чуваш. гос. ун-т ; редкол.: А. Ю. Александров (гл. ред.) [и др.]. Чебоксары, 2018. С. 406–409. [Вернуться к статье](#)

7. Мазур А. А. Социально-криминологическое исследование интернет-груминга // Вестн. Рос. ун-та кооперации. 2020. № 1 (39). С. 142–146. [Вернуться к статье](#)

8. Медведева А. С., Дозорцева Е. Г. Характеристики онлайн груминга как вида сексуальной эксплуатации несовершеннолетних (по результатам анализа переписок взрослых и детей в сети Интернет) // Психология и право. 2019. Т. 9. № 4. С. 161–173. [Вернуться к статье](#)

УДК 808.5

О. А. Лукина

доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат филологических наук, доцент (Беларусь)

РЕКЛАМА НА СТЕНДАХ У ПОДЪЕЗДОВ: ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА, ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗМЕЩЕНИЯ

Данное исследование посвящено особенностям языка рекламы на подъездах, стратегиям, делающим ее эффективной. Несмотря на всеобщий охват Интернетом различных сфер жизни, реклама на стендах у подъездов до сих пор остается популярной среди рекламодателей. Такая реклама позволяет охватить достаточно большую аудиторию разного возраста, она недорогая для рекламодателя.

O. A. Lukina

Advertising on stands at the entrances: features of the language, effective placement strategies

This study is devoted to the features of the language of advertising in the entrances, strategies that make it effective. Despite the universal coverage of the Internet of various spheres of life, advertising at the stands at the entrances is still a popular among advertisers. Such advertising allows you to cover a fairly large audience of different ages, it is inexpensive for the advertiser.

В данной работе мы рассмотрим особенности языка рекламы на подъездах, стратегии, делающие ее эффективной.

Суть процесса рекламы — в определенном воздействии на психику ее реципиента, которое вызывает желаемые изменения в его установках, мотивах, вообще в его личности, в его сознании, подсознании, в его поведении, действиях и поступках [1, с. 182].

Перед автором любой рекламы стоят следующие задачи:

- 1) обеспечить канал воздействия рекламы, чтобы возникло взаимодействие между рекламой и ее адресатом — техническое обеспечение канала;
- 2) позаботиться о психологическом включении в этот канал — привлечение внимания потенциальных потребителей;
- 3) создать эффект доверительности рекламы, имидж источника рекламы — обеспечение позитивного отношения;
- 4) воздействовать на человека конкретным рекламным текстом;
- 5) добиться, чтобы адресат приобрел услугу или товар.

Для решения первой задачи необходимо постоянное размещение рекламы, так как на стендах, размещенных в подъездах жилых домов, она постоянно срывается жителями, другими рекламодателями и др. Задача автора рекламы — постоянный мониторинг наличия его листовок на стендах и многократное их обновление.

Многие начинающие самозанятые, работающие на себя (репетиторы, фотографы и т. п.), совершают одну и ту же ошибку: один раз дав рекламу на подъезде, они считают, что этого достаточно. Однако листовка бывает сорвана буквально через минуту, и информация, размещенная в ней, до потенциального потребителя просто не доходит.

Следующая задача — остановить человека перед рекламой, обратить на нее его внимание. Значительная часть рекламной энергии уходит именно на это, причем здесь имеются достаточно жесткие требования: цвет бумаги, ее размер, шрифт текста, рисунок. Например, логично изображение компьютера на листовке с рекламой по ремонту данного вида техники.

Третья задача рекламы состоит в следующем: мало обратить внимание на рекламу, адресату ее еще необходимо принять, то есть должен возникнуть эффект доверия по отношению к источнику рекламы. Это принятие для потребителя означает, что ему это интересно. Положительный результат этого этапа достигнут, если человек фотографирует рекламу или срывает ее для себя. Для этого рекламодатель должен учитывать возраст аудитории, социальное положение, профессию и т. п., то есть необходимо соблюдать такой принцип рекламы, как адресность. Репетитор по математике по-разному предоставляет информацию о своих услугах ученикам и их родителям. Для обучающихся важным будет быстрота подготовки к ЦТ, интересные уроки, игровая форма, а для взрослых, оплачивающих занятия своих детей, большее значение имеют надежность, гарантия, доступность по цене, качество.

После всего вышеперечисленного осталось решить главную задачу — оказать воздействие на человека конкретным рекламным текстом. На этом пути необходимо сделать так, чтобы текст был прочтен, воспринят. Для этого, во-первых, у человека должна быть мотивация (например, нужен репетитор, фотограф, сантехник, электрик; необходимо установить окно, дверь, перетянуть мебель, почистить ковер и т. п.). Во-вторых, должен поддерживаться интерес, не должно быть скучно читать текст рекламы. В-третьих, необходимо создать такой текст, который будет понятен целевой аудитории, только тогда он будет эффективным.

Итак, рассмотрим требования к тексту рекламы.

1. Психолингвистическая организация текста как такового, его связность и цельность. Необходимо, чтобы одна часть текста плавно перетекала в другую

и эта связь чувствовалась бы читателем. Текст должен восприниматься как нечто единое, структурированное, осмысленное, имеющее свои начало и конец и свою внутреннюю структуру [1, с. 187].

Считается, что в хороших текстах есть всегда одна центральная мысль и от нее, как от ствола дерева, ответвляются мысли второго порядка, а затем и третьего, то есть существует определенная и четкая организация этого текста [2].

Важно понимать, что большинство людей рекламу вообще не читают, а просматривают, поэтому важно, чтобы текст легко сжимался, мог быть легко скомпрессирован, чтобы можно было четко и без проблем выхватить из текста ключевые места и получить, соединив их, осмысленное содержание [1, с. 188].

2. Вариативность текста (термин Т. М. Дридзе), то есть ориентация этого рекламного текста на разные цели и задачи и на разного адресата, на разные семиотические группы. Рекламу об образовательных услугах может увидеть сам ученик, его мама, бабушка, сестра, друг, и, соответственно, она должна «зацепить» их всех.

Реклама — это не простая информация, она должна учитывать мотивацию потребителя. Качественно — это один мотив, привлекающий определенную группу клиентов, недорого — другой, близко к дому — третий.

3. Однонаправленность всех компонентов воздействия текста: название фирмы, наименование товара или услуги в плане своей психологической выразительности должны соответствовать основной задаче воздействия.

Итак, канал обеспечен, внимание привлечено, отношение сформировано, текст правильно адресован, понят, внутренне целостен по характеру воздействия. Теперь необходимо добиться, чтобы адресат пошел и купил товар или позвонил и приобрел услугу. Это еще одна задача, стоящая перед автором любой рекламы. Необходимо не просто указать номер телефона, но сделать это так, чтобы человек мог оторвать листок, не срывая всю листовку. Учитывая тот факт, что сейчас многие фотографируют рекламу, рекламодатель должен разместить номер телефона так, чтобы он был заметен, легко читаем и т. д.

Приведем некоторые примеры рекламных текстов, размещенных на стендах у подъездов в городе Могилеве (Беларусь).

Клининговые услуги. Качественная уборка твоего дома!

Дальше есть ссылка на «Инстаграм», даны виды услуг и цены на них, фамилия и УНП предпринимателя. Удобно размещен номер телефона. Листок с номером телефона можно оторвать для себя. Там же дублируется словосочетание *клининговые услуги*. Для печати рекламного листа использованы различная цветовая гамма, рисунок. Данный рекламный буклет привлекает к себе

внимание, он достаточно информативен, учитывает мотивацию различных видов клиентов.

Быстрый ремонт вашего компьютера. Ремонт, диагностика, настройка, комплектующие. Бесплатный выезд. Гарантия до 5 лет. Кассовый чек. Техподдержка клиентов.

Есть телефоны МТС, А1, вайбер, что очень удобно для клиента. Небольшое изображение компьютера на буклете останавливает человека, слова *быстрый, гарантия, кассовый чек, техподдержка* вызывают доверие.

Таким образом, реклама на стендах у подъездов продолжает занимать свою нишу, так как охватывает большое количество участников рынка и является достаточно дешевой. Чтобы быть эффективной, ей необходимо соответствовать определенным достаточно жестким требованиям как к оформлению, так и к содержанию текста.

1. Леонтьев А. А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. 2-е изд. М. : Смысл, 2019. 271 с. [Вернуться к статье](#)

2. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семисоциопсихологии : моногр. М. : Наука, 1984. 232с. [Вернуться к статье](#)

УДК 316.776.32

О. С. Мантуров

доцент кафедры философии, психологии и гуманитарных дисциплин
Уральского юридического института МВД России,
кандидат философских наук

ЦИФРОВАЯ МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ И СТРАТЕГИИ КОНСТРУИРОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена исследованию трансформаций массовой коммуникации в эру цифровой революции. Автором статьи приводится определение категории «цифровое медиапространство», исследуется проблематика функционирования медиапространства в обществе современного типа. В статье дается указание на стратегии конструирования коммуникации в цифровом медиапространстве, основанные на активной роли субъекта коммуникации, стремлении к анонимности в де-анонимизированной социальной среде, цифровизации социальных отношений.

O. S. Manturov***Digital media reality and communication design strategies***

The article is devoted to the study of mass communication transformations in the era of the digital revolution. The author of the article provides the category of «digital media space», the problems of the functioning of the Me-Diaspecies in a company of a modern type are investigated. The article gives an indication of the design strategies in the digital media space, based on the active role of the subject of communication, the desire for anonymity in the de-announced social environment, and the digitalization of social relations.

В конце XX века мир вступил в новую эру — эру цифровой революции, которая должна иметь закономерным результатом появление как принципиально нового типа общества, так и принципиально новых стратегий коммуникации. Наступление этой эры предрекали философы, социологи, футурологи с начала прошедшего века, но только сейчас мы становимся свидетелями изменений, приводящих к становлению новой картины мира, контуры которой лишь начинают обрисовываться текущей социально-политической реальностью.

Стартовой площадкой для запуска большинства процессов в рамках цифровой революции стало появление цифрового медиапространства, которое все больше замещает собой привычную социальную реальность. Очевидность его господства над социальными отношениями стала проявлять себя в последнее десятилетие, однако в мировой социально-философской мысли опасения по этому поводу стали звучать еще столетие назад.

Исследования массовой коммуникации одним из первых были осуществлены Г. Лассуэллом. Лассуэлл с позиций социологии изучил, что представляет собой коммуникативный акт, каковы его структура и функции. В работе «Структура и функции коммуникации в обществе» им исследовались, в частности, коммуникация как средство сохранения власти правящими элитами, факторы, влияющие на эффективность коммуникации, каналы, посредством которых передается информация, процесс отбора информации для публикации и др. [1]. Разработки Лассуэлла позже получают название «линейная модель коммуникации» и станут основой для последующего построения коммуникологии.

П. Ф. Лазарсфельдом была предложена двухступенчатая модель коммуникации. В работе «Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие» им было исследовано влияние массовой коммуникации на современное общество. Среди функций массовой коммуникации П. Ф. Лазарсфельд выделил три специфических: функцию присвоения статуса (средства массовой информации способны поднять социальный статус индивида, выделив его из ряда других анонимов), функцию укрепления социальных норм (публично освещая случаи отклонения от социальных норм, средства массовой информации препятствуют их распространению на массовые действия) и «дисфункцию наркотизации» (доступность средств массовой информации приводит к апатии индивида). П. Ф. Лазарсфельд заключал: «Степень влияния средств массовой коммуникации на аудиторию связана не только с тем, о чем говорится, но и о чем не говорится. Причем последнее оказывается более важным. То есть не только поддерживается статус-кво, но и не поднимаются важнейшие вопросы о социальной структуре общества. Итак, способствуя конформизму и минимизируя возможности проявления критических настроений в обществе, коммерческие средства массовой коммуникации опосредованно, но эффективно препятствуют развитию реального критического мировоззрения» [2, с. 145].

Проблематика функционирования медиaprостранства в обществе нового типа стала одним из предметов для исследования в работах М. Маклюэна. В основе изменения социальной реальности, согласно М. Маклюэну, лежит изменение коммуникативных стратегий общества. Любое средство коммуникации определяет и контролирует форму человеческих взаимодействий. При этом М. Маклюэн ставит знак равенства между средством коммуникации и сообщением. Сознание современного человека все больше напоминает мозаику, в которой телекоммуникации, компьютеры и массмедиа создают единый цельный образ реальности. В 1964 г. Маклюэн пишет фундаментальный труд «Понимание медиа: расширение человека» [3], в котором подробно описывает, как различные средства передачи сообщений создают медиареальность. Медиатехно-

логии — это фактически «расширения» человека, позволяющие ему охватить окружающую реальность в более широком диапазоне. Каждое новое и более совершенное средство коммуникации все больше расширяет для человека социальное пространство, тем самым кардинально изменяя и человека, и окружающий его мир.

Так что же такое «цифровое медиапространство», о грядущей эре которого грезил многие философы и футурологи? В научном дискурсе по сей день не сложилось единого определения данного термина. В большинстве своем под медиапространством понимают социальные отношения, основанные на производстве и потреблении людьми массовой информации. Подобное определение мы, в частности, можем встретить в исследованиях В. Н. Бузина: «Ядром, организующим медиапространство, выступает массовая информация. Поэтому все объекты (социальные институты, социальные организации, группы и отдельные личности), имеющие отношение к производству и потреблению информации, должны органично входить в это пространство. В этом смысле медиапространство представляет собой систему отношений по поводу производства и потребления массовой информации» [4, с. 10]. Подобным же образом Д. С. Глухарев склоняется к социологической методологии изучения медиапространства, рассматривая его как один из типов социального пространства, детерминируемого постоянством воздействия на человека и общество средств массовой информации: «Медиапространство следует понимать не как определенную совокупность средств массмедиа, а как независимую реальность, образованную от взаимодействия средств массовой информации и общества или отдельных индивидов в целом» [5, с. 109]. Более лаконичное и не менее точное определение категории «медиапространство» дается в исследованиях Е. Н. Юдиной: «Медиапространство может быть позиционировано как особая реальность, являющаяся частью социального пространства и организующая социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации» [6, с. 151]. Именно к этому определению будем склоняться и мы.

Цифровое медиапространство задает принципиально новые принципы взаимодействия СМИ со своей аудиторией. Прежде всего, потребитель в цифровом медиапространстве — это активный субъект его формирования. «Письма в редакцию», которые в газетах и журналах могли быть опубликованы через месяц после получения, заменили «комменты» к сообщениям в электронных СМИ, скорость написания которых редко превышает одну минуту, а скорость опубликования (при отсутствии премодерации) — долю секунды. Читатель в цифровых СМИ фактически является соавтором информационного поля: нередко для того, чтобы представить полную картину произошедшего события,

становится необходимым прочитать комментарии пользователей, среди которых зачастую оказываются очевидцы события, перейти по гиперссылкам, просмотреть ленту новостей, дающую возможность получить информацию об одном и том же событии одновременно (кликами мыши) из пяти-семи разных источников. Мы можем с уверенностью заявить, что место средств массовой информации прочно заняли средства массовой коммуникации.

Далее, цифровое медиaprостранство характеризуется диалектикой анонимности/деанонимизации. С одной стороны, поведение пользователей в цифровой сети характеризуется анонимностью. Человек может оставить любой оскорбительный комментарий, выложить любое неприемлемое с точки зрения общественной морали изображение или видеоролик, совершить иное предосудительное действие в надежде не быть избранным такими же, как он, пользователями сети. С другой стороны, современные цифровые технологии предполагают куда большие возможности по деанонимизации пользователей, чем традиционные СМИ. К примеру, если классические СМИ работали с массовой аудиторией, то цифровое медиaprостранство заточено на индивидуализацию запросов потребителей. Цифровые ресурсы выдают рекламу только тех товаров и услуг, которыми интересовался пользователь в последние две недели, осуществляют подбор музыки, которая должна ему понравиться, исходя из прошлых предпочтений, и т. д. Тем самым человек в цифровом медиaprостранстве оказывается фактически обнаженным: не видя его лица, глобальная сеть знает его характер, привычки, интересы, тайные склонности, политические взгляды. В этой связи цифровое медиaprостранство предполагает более широкие возможности для манипуляции как общественным, так и индивидуальным сознанием, нежели классические СМИ.

Итак, говоря о цифровой медиареальности с точки зрения конструирования коммуникаций, мы подчеркиваем в ней роль цифровых технологий (позволивших медиaprостранству окончательно и бесповоротно выйти за пределы национальных и государственных границ), цифровых средств коммуникации (главным из которых для большинства обывателей в настоящее время является смартфон, позволяющий не только связываться с людьми, но и просматривать видеофильмы, слушать музыку, расплатиться на кассе за товар или услугу и др.) и цифровой природы субъекта данного типа социального пространства.

1. Lasswell H. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas. New York : Harper and Brothers, 1948. P. 37–51. [Вернуться к статье](#)

2. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: пер. с англ. // Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире. М. : Аванта-Плюс, 2000. С. 144–145. [Вернуться к статье](#)

3. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Г. Николаева. М. : Гиперборей ; Кучково поле, 2007. 464 с. [Вернуться к статье](#)
4. Бузин В. Н. Медиапространство в структуре социального пространства // Социум и власть. 2012. № 2 (34). С. 9–13. [Вернуться к статье](#)
5. Глухарев Д. С. Медиапространство как элемент информационной безопасности // Вестн. ЮУрГУ. 2011. № 9 (226). С. 109–111. [Вернуться к статье](#)
6. Юдина Е. Н. Медиапространство как новая социологическая категория // Преподаватель XXI век. 2008. № 2. С. 151–154. [Вернуться к статье](#)

УДК 378.148

Т. А. Мейкшане

*старший преподаватель кафедры романского языкознания
филологического факультета
Белорусского государственного университета*

СТРАТЕГИИ ПОДДЕРЖАНИЯ ДВУСТОРОННЕЙ КОММУНИКАЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО КУРСУ «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

Обсуждаются результаты исследования цифрового благополучия студентов-бакалавров нескольких вузов Беларуси. Анализируются примеры успешного использования речевого этикета студентами, а также способы реагирования на нарушение собеседниками речевого этикета. Рассматривается опыт использования ролевых игр как формата дополнительной помощи учащимся в целях развития у них устных коммуникативных навыков на иностранном языке.

T. A. Meikshane

Strategies for maintaining two-way communication in the classroom within the discipline of «A foreign language for business»

The article discusses the findings of the research on digital well-being of Belarus undergraduates from several Belarus universities. Successful use of speech etiquette, as well of cases of its violation have been analyzed. The experience of implementing role games as a format of additional assistance to students for developing their communication skills has been considered.

Изучение цифрового благополучия белорусских студентов-бакалавров ряда белорусских вузов проводится нами с 2020 г. Основными методами исследования являются опросник множественного выбора, полуструктурированное интервью.

Цифровое благополучие — состояние физического и психологического комфорта индивида в среде, характеризующейся переизбытком цифровой коммуникации [1; 2]. Цифровое благополучие наблюдается тогда, когда интернет-пользователь так управляет своими действиями онлайн, что в итоге им самим создается и поддерживается чувство собственной безопасности, радости, удовлетворения от выполненной работы. При этом индивид осознает физические и психологические риски, сопровождающие использование цифровых технологий, умеет минимизировать их самостоятельно либо при помощи посторонних [3; 4].

С нашей точки зрения, учащийся в процессе обучения может создавать и поддерживать такую комфортную среду, в которой он будет наиболее

академически продуктивен, а в случае возникновения сложностей — в состоянии с ними справиться самостоятельно.

Цель исследования — выявить взаимосвязи между, с одной стороны, учебными действиями учащихся и, с другой, их физическим и эмоциональным состоянием в ходе выполнения учебных заданий. Выборка последнего этапа исследования (2022/2023 уч. г.) превышает 100 участников, что может указывать на актуальность темы исследования для молодых людей. Следует отметить их вовлеченность в опрос и заинтересованность в его результатах.

Обработка данных показывает, что один из выводов предыдущих лет остается неизменным: учебный процесс (как онлайн, так и офлайн) по-прежнему не сопровождается для студентов физическим и эмоциональным комфортом.

Среди причин этого учащиеся по-прежнему указывают такие аспекты в организации обучения, как: сверхинтенсивное расписание, чрезмерное количество заданий, большой поток информации, собственная усталость (с которой они самостоятельно не справляются), случаи нарушения собеседниками речевого этикета (речевая агрессия, невежливые реакции, отсутствие обратной связи с преподавателем), неумение организовывать и планировать свою учебную занятость, нечеткие критерии оценивания преподавателем выполненных студентом работ, непонимание практической пользы тех или иных получаемых знаний, обязанность посещать все очные занятия.

Показательно, что именно в ходе изучения цифрового благополучия было выявлено, что для респондентов довольно значимы нарушения речевого этикета собеседниками: в отличие от остальных вышеприведенных причин эмоционального дискомфорта, эти явления свойственны процессу взаимодействия онлайн между студентами, одноклассниками и преподавателями, даже, можно сказать, в какой-то степени характеризуют его. Это и определило тему данной работы.

Так, в 2023 г. 49 % опрошенных указывали, что речевая агрессия собеседника вызывает у них состояние эмоционального дискомфорта; для 42,9 % дискомфортны невежливые и неаргументированные реакции собеседников; у 28,6 % испытывали тревогу из-за отсутствия обратной связи (то есть практически половина опрошенных испытывали дискомфорт в ходе двусторонней коммуникации: например, когда на вопрос по поводу того или иного непонятного учебного вопроса студент не получает вообще никакого ответа ни со стороны преподавателя, ни со стороны одноклассников).

На наш взгляд, подобное восприятие учебной ситуации может быть связано с тем, насколько студенты умеют осознавать свои сильные и слабые стороны в ходе учебы. Например, 28,6 % считают, что умеют «считывать» эмоции

и нюансы поведения других, однако только 16,3 % могут урегулировать возникающие в группе конфликты (в том числе с преподавателем), а 18,3 % умеют создавать сообщества и объединять вокруг себя людей. То есть далеко не все учащиеся способны создавать и поддерживать успешное взаимодействие с собеседниками (которое необходимо, например, для сглаживания, минимизации конфликта) или знают, как адекватно интерпретировать особенности поведения собеседника (без чего, безусловно, невозможно поддерживать и развивать двустороннюю коммуникацию). При этом 55,1 % опрошенных сообщают, что умеют налаживать и поддерживать контакты с одноклассниками/преподавателями. Полагаем, с учетом вышесказанного, что речь скорее идет об умении налаживать контакт, но не поддерживать и/или развивать его. Как же учащиеся рефлексируют над своими собственными действиями по взаимодействию с внешним миром?

Например, 57,1 % убеждены, что выражают свои эмоции этично и относятся к другим с эмпатией; 42,9 % осознают свои сильные и слабые стороны, анализируют свое академическое и личностное развитие; 44,9 % знают, как помочь себе в учебе самостоятельно, и понимают, когда нужна помощь со стороны; 42,9 % принимают точки зрения других и этично относятся к тем, кто воспринимает ту или иную ситуацию иначе, чем они; 36,7 % понимают причины своих академических трудностей и находят наилучшее решение, чтобы их преодолеть, самостоятельно; 34,7 % критически мыслят в разных жизненных обстоятельствах; 24,5 % в состоянии предугадывать последствия своих действий и не боятся принимать решения; 22,4 % умеют справиться со стрессом самостоятельно.

С одной стороны, такие наблюдения представляются вполне естественными, поскольку при опросе мы не учитывали возрастную группу респондентов: мы понимаем, что представители старших курсов более сосредоточены на себе и собственном профессиональном развитии, чем на выстраивании горизонтальных связей с одноклассниками (это, безусловно, важнее для младшекурсников).

Наличие у учащихся проблем с выстраиванием и поддержанием коммуникации с собеседниками подтверждается и нашими наблюдениями, сделанными в ходе преподавания офлайн студентам младших курсов дисциплины «Деловой иностранный язык». При этом уровень владения чужим языком позволял аудитории полноценно реагировать на задания любого рода, уровень владения языком не ограничивал их коммуникативное поведение.

Приведем в качестве примера одно из занятий указанного курса, которое было посвящено роли речевого этикета в обеспечении двусторонней коммуникации. В ходе занятия учащимся были предложены две ролевые игры.

Первая из них подразумевала моделирование учебной ситуации, когда студенту было необходимо отреагировать на похвалу преподавателя. Обычно выполнение задания занимает около 20 минут. Студенты делились на пары, где один из них исполнял роль преподавателя, а второй — студента. «Студентам» (вне присутствия «преподавателей») было пояснено, что «преподаватель» будет реагировать на какую-либо работу, выполненную «студентом», однако прагматическая функция этих реакций намеренно не уточнялась, то есть реакция может быть как отрицательной, так и положительной, дальнейшие коммуникативные действия были оставлены на усмотрение «студентов». «Преподавателям» предлагались несколько реакций на выбор: похвалить и сделать комплимент студенту; похвалить и воодушевить учащегося на дальнейшую работу; похвалить и указать на отдельные недоработки, чтобы студент смог усовершенствовать свою работу. «Преподаватели» не были ограничены в форме и коммуникативной цели выражения своих реакций.

В ходе обсуждения выполнения этого упражнения учащиеся указали, что это был для них интересный опыт, потому что, к их удивлению, они поняли, что не были готовы к необходимости реагировать на столь положительную реакцию со стороны «преподавателей». Именно поэтому они растерялись, поэтому выбрали наиболее базовые реакции — просто поблагодарили собеседника, хотя «могли бы сделать и больше, но просто не сообразили», как свидетельствовали участники игры. Именно поэтому, судя по другим высказанным мнениям, ни один из присутствующих не задал уточняющих вопросов о реакции преподавателя.

«Студенты» верно распознали реакции «преподавателей»: более всего отмечались случаи «похвалы и указания на недоработки» и лишь один раз — «похвала и воодушевление учащегося». Ребята справедливо обратили внимание на то, что они апеллировали к тем реакциям преподавателей, которые видят в жизни по отношению к себе и одноклассникам. Однако, размышляя о прагматическом эффекте такой похвалы, ребята признались, что она не была бы действительной в реальной учебной ситуации, «особенно если при других сокурсниках», потому что «мы не знаем, как реагировать, ведь преподаватели обычно держат в тонусе», а «любой неуместной и неожиданной реакцией можно обидеть собеседника, поэтому лучше просто поблагодарить и больше не распространяться».

Другими словами, участники этого задания не смогли сориентироваться и выбрать уместную коммуникативную стратегию при необходимости прореагировать на похвалу. На примере безусловно положительного стимула студентам было сложно выстроить ответные реакции, они не смогли выбрать уместную

стратегию реакции из-за того, что растерялись и не смогли подстроиться под новые обстоятельства.

Перед выполнением второго упражнения студентам было разъяснено, что его выполнение может сопровождаться некоторым эмоциональным дискомфортом: вопросы собеседника могут показаться резкими, нетактичными, однако все они составляют суть упражнения и никак не будут отражать отношение преподавателя к учащимся, ведь преподаватель будет играть роль другого человека.

Цель этого задания заключалась именно в индивидуальной работе с преподавателем, однако все одгруппники должны были быть рядом. Поэтому накануне упражнения было предложено не участвовать в нем тем учащимся, кто не готов к такого рода коммуникативному поведению. Однако все студенты, присутствовавшие на занятии, решили участвовать в игре.

Суть задания состояла в симуляции интервью при приеме на работу. Учащиеся намеренно ставились в некомфортную ситуацию, развитие которой не было прогнозируемым, а от участника требовалось реагировать на слова собеседника, в той или иной степени нарушавшие речевой этикет.

Столы в аудитории были расставлены так, чтобы в центре находился стол, за который садился студент, напротив него — преподаватель. Все остальные студенты располагались вокруг. Перед тем как студент садился за стол, он писал на отдельном листке три качества, которые он/она считал своими сильными сторонами. Например, «я умею хорошо учиться», «я владею иностранным языком на высоком уровне» и т. д. Преподаватель задавал уточняющие вопросы по этим качествам. Коммуникативные стратегии, к которым прибегал каждый участник, анализировались после того, как тот проходил процедуру «приема на работу».

Это упражнение студенты также восприняли с большим интересом, хотя впоследствии признались, что некоторые вопросы звучали для них «некомфортно» и что наедине с чужим человеком растерялись бы и даже испугались.

Например, по словам учащихся, самой простой реакцией на вопросы типа: «А кто Вам сказал, что Ваш балл «9» — это действительно 9, которого достаточно для выполнения наших задач?» — было начать конфликт («Ну это же очевидно, зачем вообще Вы это спрашиваете, не понимаю»). Однако участники игры отмечали, что такая реакция не была продуктивной: «Если так отвечать, то собеседник не возьмет на работу», «Вдруг у собеседника сложный день, зачем сразу обижаться, но я бы сама не нашлась, что сказать».

В подобной непростой для студентов ситуации некоторые выбрали такую стратегию аргументации: «Мне ставят “9” опытные и знающие преподаватели,

я доверяю их квалификации», «Я выполнила требования международных экзаменов, поэтому могу справиться с любой ситуацией».

Другие участники при обсуждении игры также заметили, что в беседе с «нанимателем» нужно было пояснить ему, что уровень владения языком «кандидатом» и университетский академический балл последнего будут достаточны для требований организации: «Мы же осознаем их требования и соответствуем им». При этом студенты признались, что испытывали затруднения в формулировании подобной реакции не только на иностранном, но и на русском языке! На следующем занятии было уделено время именно формулировкам подобной рода аргументации, и учащиеся сочли это очень полезным навыком.

Также они обратили внимание на то, что неудобные и некомфортные вопросы сложны не только оттого, что они заставляли их врасплох и создавали эмоциональный дискомфорт, но и потому, что собеседнику «нужно было показать умение общаться на равных и говорить с ним так же вежливо и уважительно, как и он, а не защищаться или оправдываться, а это сложно делать даже в комфортной ситуации».

Далее студентам было предложено подумать над тем, как отличались бы их реакции, если такие вопросы им задавались бы вне учебной аудитории (например, онлайн во время дистанционного обучения или в соцсетях при общении с друзьями). Ребята признались, что в любой внеучебной среде в подобном случае, скорее всего, произошел бы конфликт, потому что «там действовали бы другие законы, это не было бы общением на равных». Это, к сожалению, созвучно выводам, указанным учеными [4], утверждающими, что молодым людям сложно адаптироваться к изменяющимся условиям коммуникации в учебной аудитории и вне ее.

Итак, полагаем возможным говорить о запросе студентов-бакалавров на развитие у них коммуникативных навыков с фокусом на выстраивание и поддержание двусторонней коммуникации благодаря развитию навыков речевого этикета. В частности, считаем важным уделять внимание на занятиях не только коммуникации, происходящей в стандартных, шаблонных учебных обстоятельствах, где навыки этикета обеспечивают успешную коммуникацию, но и умениям общаться в меняющихся обстоятельствах и моделировать такие учебные коммуникативные ситуации, которые будут совершенно отличаться от привычных и знакомых условий и показывать молодым людям способы формирования стратегий поведения в таких непростых обстоятельствах.

1. Ribble M. Digital Citizenship for Educational Change // Kappa Delta Pi Record. 2012. № 48 (4). P. 149–151. [Вернуться к статье](#)

2. Gui M., Fasoli R. «Digital Well-Being». Developing a New Theoretical Tool For Media Literacy Research [Electronic resource] // Italian Journal of Sociology of Education. 2019. 9 (1). P. 161–170. URL: <https://ijse.padovauniversitypress.it/2017/1/8> (date of application: 08.01.2022). [Вернуться к статье](#)

3. Educating 21st Century Children: Emotional Well-being in the Digital Age [Electronic resource] // Organisation for Economic Co-operation and Development. URL: <http://www.oecd.org/publications/educating-21st-century-children-b7f33425-en.htm> (date of application: 11.01.2023). [Вернуться к статье](#)

4. Richardson J., Milovidov E. Digital citizenship education handbook: Being online, well-being online, and rights online // Council of Europe, 2019. P. 54–56. [Вернуться к статье](#)

УДК 378.14

*А. В. Овсянников**доцент кафедры информационных технологий
Белорусского государственного университета,
кандидат технических наук, доцент*

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА СТУДЕНТОВ С РАЗВИТИЕМ ЧАТВОТ-КОММУНИКАЦИЙ

Рассматриваются особенности образовательного процесса в связи с появлением chatbot-коммуникаций иностранных граждан (студентов и магистрантов) в дисциплинах информационных технологий Белорусского государственного университета. Развитие этого направления индустрии интернет-коммуникаций серьезно отражается на образовательном процессе, вносит свои коррективы в его методологию и технологии. Следует ориентироваться на появление все более специализированных, более интеллектуально мощных и развитых систем чат-ботов, способных проходить антиплагиат, выполнять курсовые и дипломные работы. Преподавателю в этой связи следует не просто адаптироваться к новым возможностям chatbot-коммуникаций студентов, но и находить новые решения по эффективному встраиванию этих коммуникаций в образовательный процесс.

*A. V. Ausiannikau**Features of the educational process of students with the development of chatbot-communications*

The features of the educational process are considered in connection with the appearance of chatbots-communications of foreign citizens (students and undergraduates) in the disciplines of information technology of the Belarusian State University. The development of this area of the Internet communications industry takes the educational process seriously and makes its own adjustments to its methodology and technologies. We should focus on the emergence of more specialized, more intellectually developed systems of chat bots capable of conducting anti-plagiarism, conducting term papers and theses. In this regard, the teacher of communication should not only turn to the new possibilities of the chat-bot-communications, but also find new solutions for the effective integration of such communications into the educational process.

Масштабное наращивание численности иностранных учащихся, студентов, магистрантов в учреждениях высшего образования Республики Беларусь отвечает глобальным мировым тенденциям в образовательном пространстве по целенаправленному привлечению и встраиванию иностранных граждан в различные области национальных интересов страны. Одной из основных задач развития образования в Республике Беларусь, как указывается в госпрограмме «Образование и молодежная политика на 2021–2025 годы» и

Концепции развития системы образования до 2030 года, является повышение конкурентоспособности высшего образования на международной арене. Потенциал возможностей образовательных услуг в Республике Беларусь устойчиво расширяется. С каждым годом наблюдается рост контингента иностранных обучающихся, желающих получать образовательные услуги в Республике Беларусь: 2019/2020 учебный год — 26 тыс. иностранных граждан, 2021/2022 учебный год — около 33 тыс. (рис. 1 [1; 2; 3]).

Такие тенденции, в свою очередь, должны обеспечиваться совокупными качествами образовательных услуг: качеством самого образовательного процесса; компетенциями и наличием достаточного количества преподавателей, способных обеспечить преподавание не только на государственном языке; качеством материально-технической базы и других ресурсов.

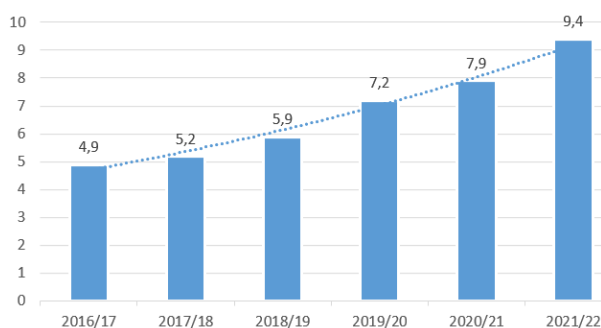


Рисунок 1 — Прирост доли иностранных граждан в общей численности студентов и магистрантов за 2016–2022 гг.

Все выше отмеченное становится невозможным без всестороннего применения информационных технологий, использования разнообразных и разноуровневых систем интернет-коммуникаций в образовательном пространстве. Одним из таких инструментов интернет-коммуникаций, чья доля и масштаб использования в общей массе коммуникативных инструментариев с использованием интернет-технологий стремительно растет, является сфера чат-ботов (chatbots) [4; 5; 6]. Легкость и простота работы с ними через простой, интуитивно понятный интерфейс сделали их чрезвычайно популярными в студенческой среде. Для простых, повседневных, в основном справочных задач находят применение чат-боты, основанные на наборе правил и заранее заданных и вписанных в программу алгоритмов реагирования на запросы пользователя. Для задач, решение которых требует развернутых обоснований, трудоемких и «интеллектуально» насыщенных по содержанию, необходимы чат-боты, разработанные на принципах машинного обучения (методах искусственного интеллекта, нейросетях и технологиях обработки нечеткой информации), принципах

самообучения и обучения через множество сходных задач в процессе взаимодействия с человеком.

Опыт преподавания в Белорусском государственном университете на экономическом факультете и факультете социокультурных коммуникаций при проведении всех видов учебных занятий по курсам «Технологии интеллектуального анализа данных» (64 магистранта — граждане Китайской Народной Республики, 2021/2022 уч. г.), «Математические методы в лингвистике», «Математическая логика. Теория множеств» и «Теория информации и кодирования» (42 студента — граждане Туркменистана, 2021/2022 уч. г.) позволяет сделать ряд важных выводов.

Во-первых, использование чат-ботов способствует нивелированию языковых барьеров в проведении всех видов учебных занятий по курсу в смысле расширения и дополнения понятийных моментов на родном языке студента. Уменьшается неуверенность, скованность, которые могут возникнуть у студентов из-за боязни неправильного ответа на, казалось бы, простые вопросы. Не редки случаи, когда иностранные студенты стесняются задавать уточняющие, поясняющие вопросы. В то же время дополнительное общение с чат-ботом обеспечивает студенту психологический комфорт, страхующий его от непреднамеренных ошибок и способствующий повышению эффективности обучения. Преподаватель в этом случае не устраняется от образовательного процесса, а обеспечивает еще более активное погружение в возникшую проблему, подключив к ее эффективному разрешению интернет-помощник в виде чат-бота.

Во-вторых, мотивация, подпитка заинтересованности студентов в изучении читаемого курса видится в очерчивании интересных практических задач и примеров курса, зачастую не укладывающихся во временные рамки учебной программы. В этом случае студент в рамках самостоятельного интерактивного общения с чат-ботом может погрузиться в только упомянутую или обозначенную практическую или теоретическую задачу, заинтересовавшую его. Здесь уместен акцент на индивидуальные, более гибкие образовательные технологии, например, в рамках проведения управляемой самостоятельной работы. Также следует заметить, что от чат-бота здесь требуется более высокий уровень возможностей. Чат-бот должен быть способным не только извлекать и конструировать знания из информационного пространства, но и генерировать их, быть не только помощником студента, но и его дополнительным учителем.

В-третьих, контроль и идентификация знаний самого студента. Если преподаватель в постоянном режиме осуществляет текущий контроль знаний студента, то распознать и сопоставить его работу с представленным им материалом, очевидно, не представляет труда. Следует отметить, у обучающегося, при отсутствии должной мотивации, всегда будет возникать соблазн замещения

личного интеллектуального труда. Поэтому в сочетании с указанным выше работа преподавателя над мотивацией и контролем знаний должна осуществляться постоянно.

Таким образом, развитие этого направления индустрии интернет-коммуникаций (chatbot tools) серьезно отражается на образовательном процессе, вносит свои коррективы в его методологию и технологии. Следует ориентироваться на появление все более специализированных, более интеллектуально мощных и развитых систем чат-ботов, способных проходить антиплагиат, выполнять курсовые и дипломные работы. Преподавателю в этой связи следует не просто адаптироваться к новым возможностям интернет-коммуникаций студентов, но и находить новые решения по эффективному встраиванию этих коммуникаций в образовательный процесс.

1. Образование в Республике Беларусь 2021 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/socialnaya-sfera/obrazovanie/publikatsii_8/index_39557/ (дата обращения 12.02.2023). [Вернуться к статье](#)

2. В университетах Беларуси обучается около 33 тыс. иностранных студентов из 100 стран [Электронный ресурс] // БЕЛТА. URL: <https://www.belta.by/society/view/v-universitetah-belarusi-obuchaetsja-okolo-33-tys-inostrannyh-studentov-iz-100-stran-513655-2022/> (дата обращения: 12.02.2023). [Вернуться к статье](#)

3. Белорусское образование в цифрах [Электронный ресурс] // Study in Belarus. URL: <https://studyinby.com/education-in-belarus/belarusian-education-in-figures/> (дата обращения: 12.02.2023). [Вернуться к статье](#)

4. Румянцева О. А. Применение чат-ботов в образовательном процессе [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2022. № 47 (442). С. 424–427. URL: <https://moluch.ru/archive/442/96759/> (дата обращения: 20.01.2023). [Вернуться к статье](#)

5. Язецкий Е. Ю. Чат-бот как средство сопровождения образовательного процесса. [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2021. № 17 (359). С. 17–20. URL: <https://moluch.ru/archive/359/80327/> (дата обращения: 07.02.2023). [Вернуться к статье](#)

6. Использование чат-ботов в образовательном процессе / А. С. Аристова [и др.] // Цифровая трансформация общества, экономики, менеджмента и образования : материалы II Междунар. конф., Екатеринбург, 5–6 дек. 2019 г. Екатеринбург : Ústav personalistiky, 2020. С. 95–99. [Вернуться к статье](#)

УДК 37.015.3

Г. А. Русакова

*ВРИО начальника кафедры языков
Образовательного комплекса Министерства внутренних дел
Республики Армения,
кандидат педагогических наук, доцент*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ МЕДИАСРЕДЫ НА ПОДРОСТКОВ

В статье автором рассматривается понятие «медиасреда»; выделяются основные аспекты ее как положительного, так и отрицательного воздействия на подростков; с учетом мирового опыта формулируются основные направления проведения профилактики для снижения негативного влияния медиасреды.

*G. A. Rusakova****Some aspects of the impact of the media environment on adolescents***

In the article, the author considers the concept of the «media environment»; highlights the main aspects of its both positive and negative impact on adolescents; taking into account world experience, the main directions of prevention are formulated to reduce the negative impact of the media environment.

Интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий, широкое распространение глобальных компьютерных сетей приводит к тому, что современный человек погружается в качественно новую информационную среду — новое жизненное пространство, в котором на данный момент реализуются большинство видов учебной, профессиональной и досуговой деятельности, а также межличностное взаимодействие. Индивидуальное и общественное сознание, представления о собственном «Я» современного человека в значительной мере стали определяться виртуальными реалиями. Возникают новые «личностные феномены» погружения человека в информационно-коммуникативную среду, отражающие возможности конструирования не только виртуального мира, но и собственной личности [1].

Традиционные институты социализации в современном обществе постепенно заменяются виртуальной средой, во взаимодействии с которой происходит формирование самосознания, освоение способов взаимодействия с другими людьми и окружающим миром [2].

В наибольшей степени воздействию информационной среды, бесспорно, подвергаются подростки [3]. Современных подростков по праву называют «жителями Интернета», «цифровыми аборигенами», «цифровым поколением», «глобальными детьми» [4]. Дети и подростки быстрее, чем взрослые, осваивают

информационную среду, легче адаптируются к ней. В то же время воздействие информационной среды на личностное развитие и формирование самосознания подростков является неоднозначным. По данным социологического исследования, проведенного под руководством С. Б. Цымбаленко [5], современные дети и подростки «вступили в эпоху массового Интернета». Интернетом пользуется 93 % подростков, при этом общение в сети для большинства из них является приоритетным по отношению к реальному взаимодействию [6].

Исследования показывают, что толкование собственного «Я» у подростков определяется информационным воздействием Интернета и включает в себя, чаще всего, отождествление себя с фильмом (а не с конкретным героем), что объясняется осознанием себя частью происходящих событий, жизнью «в потоке». Следующим по значимости идет осознание своего «Я» как элемента подростковой субкультуры (анимешники, сталкеры, скинхеды и т. д.) и ролевой позиции (геймер, юзер, киберспортсмен и др.). Затем — формирование «Я» в зависимости от религиозных, спортивных, сексуальных предпочтений. И наконец — в соответствии с образом политических лидеров, героев популярных передач и т. д.

Не секрет, что чем больше подросток «потребляет» информационную продукцию (в данном случае — это компьютерные игры, социальные сети и фильмы), тем больше у него наблюдается уровень ситуативной тревожности, проявляются различные виды агрессивности, по сравнению с теми подростками, которые делают это без фанатизма. Главное, что характеризует подростков, это то, что они не пользуются Интернетом, а живут в нем и посредством него.

Конечно, можно говорить о всей системе СМИ, однако можно считать фактом, что именно Интернет «поглотил» другие информационные каналы и объединил их в своеобразную медиасреду, которая оказывает как положительное, так и отрицательное воздействие на подростков. С одной стороны, это новые возможности самореализации и самоактуализации, а с другой стороны — подводные камни, порождающие риски. Виртуализация — площадка для развития воображения и экспериментирования, но одновременно с этим может происходить смешение и даже подмена виртуальной и жизненной реальности. Глобальность и свобода выбора предоставляют возможность для бесконечного расширения знаний и контактов, но требуют для этого новых качеств и механизмов самоорганизации, самообразования.

С одной стороны, медиасреда помогает развивать понимание подростками происходящих в мире и в жизни событий, держать руку на пульсе, являясь своего рода общедоступной библиотекой мира. Это своеобразная среда обмена информацией по электронной почте, независимо от расстояния и страны. Кроме того, медиасреда помогает подросткам гораздо легче приобрести новых друзей,

создать свой круг общения, поскольку в реальной жизни, в связи с подростковым кризисом, дети часто комплексуют, «закрываются» из-за страха «не понравиться». Среда межкультурного общения позволяет общаться представителям разных культур, изучать другой язык, традиции, обычаи, учит понимать и принимать особенности другого менталитета. Положительные идеалы известных людей из медиасреды зачастую действуют на формирование поведенческих навыков подростков гораздо активнее, нежели воспитание родителей. Многие компьютерные игры помогают развивать реакцию, логику, координацию, творчество, совершенствовать иностранные языки.

С другой стороны, медиасреда способна не только оказывать на подростков отрицательное влияние, но и может провоцировать противоправное поведение, что очень важно изучать и учитывать при проведении органами внутренних дел профилактической работы с подростками. Медиасреда пропагандирует образы «идеального тела» и «идеальной внешности» — продукт применения различных фильтров и фотошопа, создающие искаженные представления о внешности у подростков и способствующие формированию комплексов неполноценности, стремления «сидеть на диете», а как следствие — анорексии, булимии и т. д.

Большой поток насилия, присутствующий в фильмах, играх, роликах, привел к тому, что это перестало шокировать, а стало привычным явлением. Постепенно стерлась грань между фантазией и реальностью, что в определенной степени спровоцировало проявление такого явления, как школьный буллинг, случаи которого являются уже не такой редкостью, а формы проявления стали более жесткими и демонстративными. Подростки легко поддаются пропаганде наркотиков; курение и преступная деятельность подростков также могут быть связаны с негативным контентом в социальных сетях, особенно с опасным контентом, публикуемым сверстниками.

Постоянное пользование клавиатурой сделало навык печатания превалирующим над рукописным, что привело к тому, что писать рукой для подростка стало очень трудным, энергозатратным и дискомфортным, что, в свою очередь, ведет к торможению развития ряда психических процессов.

Медиаобщение позволяет людям выглядеть в глазах окружающих лучше, чем они есть на самом деле. Кроме того, что немаловажно, социальные сети не передают эмоциональности живого диалога, что может послужить причиной недопонимания и даже конфликта.

Кроме того, подростки подражают блогерам, пробуют на себе экстремальные учения [5]. Подростки также могут быть подвержены риску сексуального насилия и эксплуатации в Интернете при помощи сообщений порнографического содержания или непристойного языка, который «диктуют»

подросткам такие интернет-платформы, как онлайн-форумы, онлайн-игры и социальные сети.

«С развитием интернет-технологий появились новые способы психического воздействия на потерпевших, например, кибербуллицид — суицид, произошедший вследствие столкновения с прямой или косвенной агрессией онлайн» [7]. Известны так называемые группы смерти, и «если раньше злоумышленники подталкивали детей к суициду в социальной сети «ВКонтакте» и других соцсетях, то теперь вовлекают несовершеннолетних в опасные игры в мессенджерах» [7].

Представляют интерес и проблемы, связанные с утечкой персональных данных подростков. Поисковые запросы, местоположение и другие цифровые следы молодых пользователей в Сети, в том числе фотографии и другая информация о детях, которую размещают на социальных платформах родители, могут быть проанализированы и в дальнейшем использованы преступниками в коммерческих целях. Социальная сеть, создавая условия открытости и свободы осмысления социальных событий, как и любое техническое средство, может использоваться в противоправных целях. Она может использоваться как средство для манипуляций, распространения опыта девиантного поведения, включения в преступную деятельность, что подтверждается растущими показателями терроризма, траффикинга, киберпреступлений, наркоторговли и других преступных проявлений с привлечением подростков.

Чтобы защитить молодых людей от негативного воздействия новых медиа, во многих странах были законодательно введены ограничения и внедрена возрастная классификация информационной продукции в Интернете.

Так, например, Франция расширила закон LoiEvin, чтобы охватить навязчивую онлайн-рекламу (например, всплывающие окна и баннеры) и контент, который привлекает внимание подростков. Финляндия с 2015 года запретила поощрять обмен контентом в социальных сетях, онлайн-конкурсах, вирусном маркетинге и «рекламной игре» на новых электронных устройствах (например, на смартфонах, планшетах и игровых приставках). С 2017 года «Закон о сетевой безопасности Китайской Народной Республики» предусматривает наказание за использование Интернета для осуществления деятельности, угрожающей физическому и психическому здоровью несовершеннолетних. «Закон о возрождении игровой индустрии» Южной Кореи регламентирует, что игровые компании должны рассматривать возраст игрока в качестве важного критерия классификации игровых продуктов [8].

Разрабатывая законы, страны также должны поддерживать саморегулирование медиаплатформ, когда медиаплатформы принимают меры по обеспечению несовершеннолетних безопасной онлайн-средой за счет фильтрации и

удаления порнографического контента через алгоритмы, запускают молодежную модель, добавляют опцию блокирования и изобличения пользователями издателей негативной информации.

Родители и школы также должны работать над грамотностью молодых людей в процессе социализации и социального взаимодействия. Многие подростки, сталкиваясь с какой-либо проблемой в Интернете, не готовы делиться информацией со своими родителями [4]. Существующие технологии защиты конфиденциальности в основном сосредоточены на обеспечении контроля над контентом и предлагают мало вариантов для повышения осведомленности родителей о рисках сбора личных данных или поддержки обучения своих детей. По этой причине необходимо включать в программу обучения темы, касающиеся угроз кибербезопасности, таких как порнография, педофилия, аддикция от онлайн-игр и киберагрессия (как, например, было сделано в школах Малайзии).

1. Королева Н. Н. Семиосфера личности : моногр. СПб. : Изд-во РГПУ, 2005. 159 с. [Вернуться к статье](#)
2. Становление знаково-смысловой регуляции поведения как фактор социализации ребенка в современном обществе / А. Н. Алехин [и др.] // Вестн. Южно-Урал. гос. ун-та. Сер.: Психология. 2013. Т. 6. № 4. С. 38–45. [Вернуться к статье](#)
3. Жилинская А. В. Интернет как ресурс для решения задач подросткового возраста: обзор психологических исследований [Электронный ресурс] // Психолого-педагогические исследования. 2014. Том 6. № 1. С. 11–18. URL: https://psyjournals.ru/journals/psyedu/archive/2014_n1/67976 (дата обращения: 20.03.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)
4. Ярыгина И. И. Влияние интернета на процесс социализации подростков // Гаудеамус. 2017. Т. 17. № 37. С. 57–62. [Вернуться к статье](#)
5. Цымбаленко С. Б. Влияние Интернета на российских подростков и юношество в контексте развития российского информационного пространства [Электронный ресурс] // Медиа. Информация. Коммуникация. 2013. № 4. URL: <https://www.ekimovka-x.ru/files/sociolog/cimbalenko.pdf> (дата обращения: 15.02.2023). [Вернуться к статье](#)
6. Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В. Психология жителей Интернета. М. : ЛКИ, 2008. 224 с. [Вернуться к статье](#)
7. Кибербуллинг: кто такие хейтеры и как на них реагировать? [Электронный ресурс]. URL: <https://dzen.ru/a/YynL6qHTJHBU7> (дата обращения: 01.02.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)
8. Чванова М. С., Анурьева М. С., Киселева И. А. Влияние Интернета на социализацию молодежи // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер.: Гуманитар. науки. 2017. Т. 22. Вып. 5 (169). С. 23–36. [Вернуться к статье](#)

УДК 37.01

И. А. Савичева

*старший преподаватель кафедры иностранных языков
Волгоградской академии МВД России,
кандидат педагогических наук*

РОЛИ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИИ

В статье рассмотрены роли и метакомпетенции, которые обучающиеся приобретают в процессе обучения онлайн. Виртуальное образование формирует такие надпрофессиональные компетенции или метакомпетенции (soft skills), как компетенции самообразования и самоорганизации, критического и креативного мышления, командной работы, эффективного общения и взаимодействия, цифровые и коммуникативные компетенции. Обучающиеся выполняют роли, которые впоследствии будут реализовывать в своей профессиональной деятельности: «организатор», «самомотиватор», «специалист в сфере ИКТ», «преподаватель», «оратор», «игрок», «мыслитель».

I. A. Savicheva

Learners' roles and competencies in online-learning

While studying online learners, who are mostly representatives of generation Z, acquire additional roles and competencies, including soft skills that can lately be used in their work. These are such soft skills as self-education and self-management, critical and creative thinking, team work, efficient interaction, digital and communicative skills. Learners adopt such roles as «a manager», «a self-motivator», «an ICT specialist», «a teacher», «a speaker», «a player», «a thinker». Whereas shifts and widening of teachers' roles and skills due to their transfer online lead to overwork and therefore result in disappointment and professional exhaustion, learners view the changes in their roles and skills as positive, as they bring joy when learning and are useful for future work.

Современные онлайн-обучающиеся — это люди различных поколений, возрастов, профессий и культур, обладающие разнообразным опытом и уровнем знаний. Большинство из них (современные студенты и молодые специалисты) принадлежат поколению Z, которое ценит яркие наглядные иллюстрации, визуализацию контента, экономию времени [1, с. 7] и выступает за виртуализацию обучения. Электронное образование изменяет и расширяет роли и формируемые компетенции обучающихся. Однако это не воспринимается как некий недостаток, т. к. развиваемые сетевым обучением умения и навыки удовлетворяют интересы и потребности поколения Z и делают обучающихся более востребованными специалистами.

Образование онлайн способствует формированию так называемых надпрофессиональных или «мягких» компетенций, т. е. таких, которые будут способствовать успешной адаптации на рынке труда в современных постоянно меняющихся условиях [2, с. 179]. Выделяют следующие метакомпетенции, получаемые обучающимися в образовании онлайн.

На уровне личностного развития формируются компетенции самообразования и самоорганизации (гибкость и совмещение нескольких задач, умение принять самостоятельное решение, умение выбирать, распределять нагрузку) [1, с. 6], а также компетенции критического и креативного мышления. На этом уровне выделяются следующие роли обучающихся:

Обучающийся-«организатор»

В виртуальном образовании очень сложно организовать образовательный процесс. Это стимулирует обучающегося к самоорганизации и самодисциплине, т. к. ему необходимо самостоятельно регулировать учебный процесс, подбирать удобные для обучения время и место, расставлять приоритеты.

Обучающийся-«самотиватор»

Высокий уровень самостоятельности обучающихся в сетевом образовании должен быть подкреплен внутренней самотивированностью. Свобода выбора (курса, временного распределения нагрузки, места обучения), отсутствие необходимости «реального» присутствия на занятиях и мониторинга самостоятельного выполнения работ приводят к тому, что без должной внутренней мотивации у обучающегося появляется соблазн сдвинуть сроки обучения или совсем его бросить, недостаточно проработать материал, заплатить кому-то за выполнение письменной работы либо попросту скачать ее. Обучение онлайн стимулирует самотивацию, без которой невозможно добраться до конца, а немотивированные студенты, не развив в себе самотивацию, «отсеиваются» [1, с. 14].

Обучающийся-«специалист в сфере ИКТ»

Электронное обучение способствует формированию цифровых компетенций, которые понадобятся будущим специалистам в их дальнейшей трудовой деятельности: при работе с программным обеспечением по визуализации, моделированию и инфографике, работе с цифровой информацией и онлайн-коммуникацией, над онлайн-проектами и т. д. [3, с. 4].

Обучающийся-«мыслитель»

Сетевое образование развивает гибкое критическое и логическое мышление: умение грамотно излагать свои мысли, синтезировать и анализировать информацию, извлекать уроки из полученного опыта, проводить параллели и делать умозаключения [3; 1, с. 6].

На уровне социального развития происходит становление компетенций командной работы, эффективного общения и взаимодействия (умение «подать» себя) [1, с. 6], а также коммуникативной компетенции [4]. Обучающийся выполняет следующие роли:

Обучающийся-«преподаватель»

В образовании, в том числе и онлайн, обучающиеся и преподаватель меняются местами: обучающиеся помогают преподавателям разобраться в технической и практической сферах деятельности [1, с. 9]. Молодое поколение гораздо быстрее разбирается в тонкостях обучения онлайн и может подсказать преподавателю, как пользоваться тем или иным ресурсом, программой или платформой сетевого образования. Обучающиеся, например, взрослые заочной формы получения образования, приносят на занятие свои практические знания предмета, которые невозможно получить из теоретических источников. Они учат преподавателя методике преподавания предмета: часто только во время проведения занятия и по результатам тестирования можно понять, как лучше объяснять ту или иную тему или подавать тот или иной материал.

Обучающийся-«игрок»

Наиболее оптимально игрофикация образования реализуется в обучении онлайн, где визуализация, виртуализация и вовлеченность в игровой процесс обеспечивают более высокую мотивацию, помогают лучше закрепить пройденный материал, развивают гибкость и нестандартность мышления, способствуют формированию умений взаимодействовать и общаться с людьми в онлайн- и оффлайн-форматах [3, с. 7]. При этом в виртуальной среде возможно организовать реалистичные экскурсии в мировые музеи, галереи, выставки, а также бизнес-компании, посетить библиотеки или кинотеатры.

Обучающийся-«оратор»

Электронное обучение способствует развитию коммуникативных навыков [4]. Коммуникация может осуществляться как синхронно, посредством платформ видеоконференций и в секционных залах, так и асинхронно — в чатах, форумах, мессенджерах, соцсетях. Существуют специальные сайты для развития коммуникативных навыков онлайн асинхронно: Voxorop, VoiceThread и другие сайты, где можно записывать, подгружать, прослушивать и комментировать подкасты.

Необходимо отметить, что если изменение и расширение ролей, функций и компетенций преподавателей при переходе в онлайн приводит к увеличению трудозатрат и может негативно сказаться на отношении к профессии и привести к профессиональному выгоранию, то обучающиеся воспринимают данные изменения и расширения более позитивно. Помимо знаний, усвоенных

в интересной и наглядной форме, они приобретают умения и навыки, необходимые им для дальнейшей профессиональной деятельности.

1. Иванова А. Д., Муругова О. В. Онлайн-образование глазами студентов и преподавателей (по итогам педагогического исследования 2019 года) // Открытое образование Т. 24. № 2. 2020. С. 4–16. [Вернуться к статье](#)

2. Михайлова С. В. Роль надпрофессиональных компетенций в период дистанционного обучения // Современные наукоемкие технологии в период дистанционного обучения. Педагогические науки. 2020. № 9. С. 178–182. [Вернуться к статье](#)

3. Пеша А. В. Развитие надпрофессиональных компетенций студентов в формате онлайн // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. № 3. С. 1–17. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/83PDMN320.pdf> (дата обращения: 19.03.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

4. Куламихина И. В. О роли информационно-коммуникационных технологий в развитии коммуникативной компетенции обучающихся вуза // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2019. № 2 (17) апрель – июнь. С. 1–4. URL <http://e-journal.omgau.ru/images/issues/2019/2/00746.pdf> (дата обращения 19.03.2023). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

УДК 791.43/.45

А. В. Федоров

*профессор кафедры психолого-педагогического образования
и медиакоммуникации
Ростовского государственного экономического университета,
доктор педагогических наук, профессор (Россия)*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ КИНОВЕДЕНИЯ В ЖУРНАЛЕ «ИСКУССТВО КИНО» В ПЕРВЫЕ ПОСТСОВЕТСКИЕ ГОДЫ: 1992–2000

Представлены результаты анализа теоретических концепций киноведения в журнале «Искусство кино» в первые постсоветские годы (1991–2000), когда его главными редакторами были Константин Щербakov и Даниил Дондурей (1947–2017). Для данного этапа было характерно стремление редакции превратить его в журнал широкой гуманитарной направленности.

A. V. Fedorov

Theoretical concepts of film studies in the «Cinema Art» journal in the first post-Soviet years: 1992–2000

The results of the analysis of theoretical concepts of film studies in the «Cinema Art» journal in the first post-Soviet years (1991–2000), when Konstantin Scherbakov and Daniil Dondurei (1947–2017) were its editors-in-chief, are presented. This stage was characterized by the editorial team's desire to turn it into a journal with a broad humanitarian focus.

Несмотря на все усилия редакции публиковать сенсационные материалы, превратившие «Искусство кино» в 1992–1994 годах скорее не в киноведческий, а в общественно-политический и литературный журнал (публиковавший не только сценарии и мемуары, но и повести, романы и философские трактаты, не имеющие прямого отношения к кино), тираж издания с 1992 по 2000 год неумолимо падал.

В 1992 году он снизился с 50 тыс. до 34,6 тыс. экземпляров. В 1993 — с 25 тыс. до 15 тыс. экземпляров. В 1994 — до 10 тыс. экземпляров. С 1994 года данные о тираже журнала вообще перестали публиковаться, но по данным, попавшим в Интернет, он с 1995 по 2000 год составлял примерно 2 тыс. экземпляров, то есть даже ниже, чем в 1930-х – 1940-х.

Впрочем, в это время падали тиражи всех российских изданий. «Перестроечный» всплеск интереса к прессе сменился у широких масс желанием хоть как-то приспособиться к новым условиям экономических шоков и нестабильности.

После резкого увеличения кинопроизводства в начале 1990-х к середине 1990-х наступил длительный спад, но в журнале «Искусство кино» по-прежнему публиковались десятки рецензий на фильмы (правда, в основном на зарубежные) и масса обзоров отечественных и зарубежных кинофестивалей. При этом писатель и публицист Д. Быков с раздражением писал о редакционном постмодернистском подходе «к массовой культуре как к потенциальному объекту серьезного и вдумчивого анализа», утверждая, что «такой подход не столько возвышает макулатуру до классики, сколько профанирует само понятие критики» [1, с. 42].

Все 1990-е годы содержание «Искусство кино» довольно существенным образом зависело от политических и экономических событий в мире и в России, теоретические статьи о кинематографе очень часто занимали весьма скромное место на страницах журнала. В журнале также произошла смена поколений кинокритиков и киноведов: представители старшего поколения появлялись на страницах издания довольно редко (а некоторые, прежде олицетворявшие «государственную точку зрения», исчезли вовсе), тогда как «среднее поколение» (стартовавшее в профессии в основном в 1980-е годы) было представлено широко и разнообразно.

Частота публикаций теоретических статей в журнале «Искусство кино» в постсоветские 1990-е годы колебалась от 6 до 35 в год. При этом в силу резкой политизированности и ориентации на не кинематографические тексты минимум киноведческой теории в журнальных текстах пришелся на первые три постсоветских года.

Таким образом, за первое десятилетие существования журнала (1931–1941 годы) было опубликовано 143 теоретические статьи, за второе (1945–1955 годы) — 194, в 1956–1968 годах — 220, в 1969–1985 годах — 264, в 1986–1991 годах — 66, в 1992–2000 годах — 132.

Наш анализ киноведческих концепций (в контексте социокультурной и политической ситуации и пр.) существования журнала «Искусство кино» в первое постсоветское десятилетие (1992–2000 годы) показал, что теоретические работы по кинематографической тематике в этот период можно разделить на следующие виды:

– теоретические статьи, дискуссии, посвященные преимущественно теоретическому анализу теоретического наследия классиков советского кино, режиссуры, проблемы «Кино и зритель», кинокритики и киноведения и пр. (Л. Аннинский, О. Аронсон, Ю. Богомолов, С. Добротворский, Е. Добренко, Д. Дондурей, М. Зак, М. Зоркая, В. Матизен, К. Разлогов, М. Туровская и др.) [2; 3];

– теоретические статьи о зарубежном кинематографе (Д. Комм, М. Трофименков, М. Черненко, Н. Цыркун и др.).

В целом же журнал «Искусство кино» в 1990-х годах, как и в перестроечные времена, радикально переоценивал историю советского и мирового кинематографа и пытался объективно анализировать развитие текущего кинопроцесса.

1. Быков Д. 90-е. Сады скорпиона // Искусство кино. 2001. № 1. С. 40–43.

[Вернуться к статье](#)

2. Аннинский Л. Феноменология советского кино // Искусство кино. 1996. № 4. С. 95–96. [Вернуться к статье](#)

3. Богомолов Ю. Краткий конспект длинной истории советского кино. 20–70-е годы // Искусство кино. 1995. № 11. С. 16–23. [Вернуться к статье](#)

УДК 37.042.2

М. Н. Хуторова

преподаватель кафедры оперативно-розыскной деятельности
Могилевского института МВД,
магистр педагогических наук (Беларусь)

БАЗИСНЫЕ ПРИНЦИПЫ НЕЙРОПЕДАГОГИКИ

В статье анализируется понятие нейропедагогика и рассматриваются основные ее принципы. Изучаются возможности развития критического мышления. Исследуются мнемотехники для разных групп обучающихся, приводятся примеры для информатики. Отмечается важность индивидуализации обучения.

M. N. Khutorova

The basic principles of neuropedagogy

The article analyzes the concept of neuropedagogy and discusses its main principles. There are several principles that underlie neuropedagogy: individualization of learning, active participation of the student in the learning process, feedback, the use of mnemonics, stress reduction, the development of critical thinking, the use of various modalities in learning, the use of technology in learning. In general, the neuropedagogical approach involves taking into account the features of the brain during training and the use of special techniques that allow you to use these features as efficiently as possible. This helps learners to better assimilate information, develop skills and achieve better learning outcomes.

Нейропедагогика — это наука, которая изучает, как мозг учится и как эту информацию можно использовать для оптимизации обучения. Она сочетает в себе знания из области нейронаук, психологии и педагогики. На основе этих знаний нейропедагоги разрабатывают методики обучения и тренировки, которые помогают обучающимся лучше усваивать материал и развивать свои навыки [1].

Существует несколько принципов, которые лежат в основе нейропедагогика:

1. Индивидуализация обучения. Каждый обучающийся уникален и имеет свой собственный стиль обучения. Нейропедагогический подход подразумевает учет этого факта и разработку индивидуальных программ обучения, которые наиболее эффективны для каждого конкретного обучающегося.

2. Активное участие обучающегося в процессе обучения. Исследования показывают, что обучающиеся лучше усваивают материал, когда они активно участвуют в процессе обучения, а не только слушают лекции или смотрят на доску. Нейропедагогический подход включает в себя использование интерактивных методов обучения, таких как обсуждение, работа в группах, практические задания и т. д.

3. Обратная связь. Обратная связь помогает обучающемуся понимать, что он делает правильно и что нужно улучшить. Нейропедагогический подход включает в себя использование различных форм обратной связи, таких как оценки, комментарии, обсуждения и т. д.

4. Использование мнемотехник. Мнемотехники — это специальные методы запоминания информации, которые основаны на работе с визуальными, звуковыми и другими ассоциативными образами. Нейропедагогический подход включает использование различных мнемотехник для улучшения запоминания информации.

5. Снижение стресса. Стресс может негативно влиять на способность учиться, поэтому нейропедагогический подход включает в себя методы снижения стресса, такие как релаксационные техники и медитация.

6. Развитие критического мышления. Критическое мышление — это способность анализировать информацию, выделять главное и принимать обоснованные решения. Нейропедагогический подход включает в себя методы, которые помогают развивать критическое мышление, такие как анализ текстов, обсуждение и дебаты.

7. Использование различных модальностей в обучении. Люди обучаются по-разному, используя различные модальности, такие как зрительная, слуховая и кинестетическая. Нейропедагогический подход включает в себя использование различных модальностей в обучении, чтобы обучающиеся могли использовать те способы, которые наиболее эффективны для них. Например, для визуальных типов обучения может использоваться демонстрация графиков и диаграмм, для слуховых типов — лекции и аудиозаписи, для кинестетических типов — практические занятия и игры.

8. Использование технологий в обучении. Технологии предоставляют обучающимся доступ к большому количеству информации и позволяют им учиться в интерактивном и увлекательном формате. Нейропедагогический подход включает в себя использование различных технологий, таких как компьютерные программы, интерактивные доски, мультимедийные презентации и т. д.

В целом, нейропедагогический подход предполагает учет особенностей работы мозга при обучении и использование специальных методик, которые позволяют максимально эффективно использовать эти особенности. Это помогает обучающимся лучше усваивать информацию, развивать навыки и достигать лучших результатов в обучении [2; 3; 4].

Остановимся подробнее на критическом мышлении. Развитие критического мышления — это ключевой аспект нейропедагогического подхода к обучению. Критическое мышление позволяет обучающимся анализировать информацию, принимать обоснованные решения и решать проблемы. Ниже

приведены некоторые из способов, которые могут использоваться для развития критического мышления в обучении.

Анализ текста. Обучающимся предоставляются тексты, которые они должны анализировать, выделять главную идею, критически оценивать доказательства и аргументы, а также делать выводы и сравнивать различные точки зрения.

Обсуждение и дебаты. Обучающиеся могут участвовать в обсуждениях и дебатах, где они могут выступать с различными аргументами и отстаивать свою точку зрения. Это помогает им развивать критическое мышление и учиться анализировать и оценивать различные точки зрения.

Решение проблем. Обучающиеся могут решать проблемы в группах, используя критическое мышление и анализируя различные возможности. Это помогает им развивать навыки принятия решений и критического мышления.

Использование визуальных средств. Использование визуальных средств, таких как диаграммы, графики и таблицы, может помочь обучающимся лучше организовать информацию и анализировать ее. Это также может помочь им визуализировать свои мысли и идеи.

Использование игр и задач. Использование игр и задач может помочь обучающимся развивать критическое мышление и принимать обоснованные решения. Это также может помочь им в понимании того, как применять свои знания и навыки на практике.

Постоянный анализ и оценка. Обучающиеся могут регулярно анализировать и оценивать свои знания и навыки, чтобы понимать, что им нужно улучшить.

Как уже упоминалось выше, нейропедагогический подход предполагает учет особенностей работы мозга при обучении и использование специальных методик. Остановимся подробнее на мнемотехниках, которым в последнее время не уделяется достаточное внимание со стороны педагогов.

Мнемотехники — это методы запоминания информации, которые основаны на визуализации, ассоциациях, повторении и других приемах. Использование мнемотехник в педагогике может помочь обучающимся лучше запомнить информацию и повысить их успеваемость.

Например, при изучении иностранных языков можно использовать мнемотехники для запоминания новых слов и фраз. Некоторые из них включают создание ассоциаций с реальными объектами, местами или действиями, а также использование картинок и анимации.

В математике и науках также можно использовать мнемотехники для запоминания формул, определений и другой информации. Например, можно использовать аббревиатуры для запоминания последовательности формул или

создавать ассоциации с известными фактами или явлениями, чтобы помочь запомнить новую информацию.

Мнемотехники могут быть полезными для обучающихся с различными уровнями способностей, включая детей с нарушениями в развитии, такими как дислексия или дисграфия, а также для тех, кто испытывает трудности в запоминании информации.

Например, при изучении языка программирования можно использовать мнемотехники для запоминания ключевых слов, операторов и синтаксических правил. Можно создавать ассоциации между синтаксисом языка и реальными объектами или действиями, чтобы помочь лучше запомнить правила языка программирования. Мнемотехники могут быть полезными при изучении информатики, так как в этой области много терминов, определений и алгоритмов, которые нужно запомнить. Некоторые из мнемотехник, которые могут помочь при изучении информатики, включают:

- **Акронимы и аббревиатуры:** можно создать акронимы или аббревиатуры для названий алгоритмических структур, чтобы помочь запомнить их. Например, IF-ELSE (если-иначе), FOR (цикл for), WHILE (цикл while), SWITCH (оператор switch).

- **Изображения:** можно создать визуальные образы, которые помогут лучше запомнить алгоритмические структуры. Например, для IF-ELSE можно нарисовать ветку дерева с двумя ветвями или для цикла FOR можно нарисовать часы с указанием начала и конца цикла.

- **Мнемонические устройства:** можно использовать формулы, рифмы или простые песенки, чтобы помочь запомнить алгоритмические структуры. Например, для цикла WHILE можно использовать фразу «Пока условие верно, делай действие».

- **Ассоциации:** можно создать связи между алгоритмическими структурами и реальными объектами или действиями, чтобы помочь лучше запомнить их. Например, для оператора SWITCH можно использовать аналогию с переключателем на стене, который может принимать различные значения.

- **Повторение:** можно использовать повторение, чтобы закрепить в памяти определения и принципы работы алгоритмических структур. Например, можно создать карточки с определениями и регулярно повторять их.

- **Игры и соревнования:** можно использовать игры и соревнования, чтобы повысить мотивацию и помочь запомнить алгоритмические структуры. Например, можно создать игру «Угадай алгоритмическую структуру», где обучающимся предлагаются описания структур, которые они должны угадать.

Хочется отметить важность индивидуализации обучения. Индивидуализация обучения — это процесс адаптации учебного процесса к индивидуальным

потребностям и способностям каждого обучающегося. В контексте обучения информатике индивидуализация может включать в себя следующие подходы:

- **Диагностика начального уровня знаний.** Перед началом обучения каждого курсанта необходимо произвести диагностику начального уровня знаний, чтобы понимать, какие темы уже известны курсанту, а какие нужно изучать с нуля. Это помогает определить темп и глубину изучения каждой темы.
- **Использование различных методов обучения.** В процессе обучения информатике необходимо использовать различные методы обучения, такие как лекции, практические занятия, проектные работы, самостоятельное изучение материала и т. д. Это позволяет курсантам выбирать наиболее подходящие методы для себя.
- **Дифференциация заданий.** Чтобы курсанты могли развиваться в соответствии со своими потребностями и возможностями, необходимо предоставлять им задания разного уровня сложности. Это позволяет каждому курсанту работать на своем уровне и не терять мотивацию.
- **Индивидуальный подход к оценке.** Оценка знаний каждого курсанта должна основываться на индивидуальных достижениях. Необходимо учитывать разный уровень сложности заданий для курсантов и предоставлять возможность повторного прохождения тестов для закрепления материала.
- **Индивидуальный контроль за успеваемостью.** При индивидуализации обучения необходимо учитывать, что каждый курсант развивается в своем темпе. Поэтому необходимо осуществлять индивидуальный контроль за успеваемостью каждого курсанта и проводить персональные консультации, если необходимо.

Для индивидуализации обучения информатике могут использоваться различные технологии, такие как компьютерные программы, интерактивные учебники, онлайн-курсы и т. д. Такие технологии позволяют учитывать индивидуальные потребности каждого обучающегося и адаптировать учебный процесс под него.

Важно отметить, что индивидуализация обучения не означает полного отсутствия групповой работы и взаимодействия между обучающимися. Групповая работа также является важной частью обучения, так как позволяет развивать социальные навыки и учиться работать в команде.

Активное участие курсантов в процессе обучения информатике является важным фактором для эффективного усвоения материала. Приведем примеры активного участия в процессе обучения информатике.

Работа в парах или группах позволяет курсантам учиться общаться и работать в команде, а также делиться знаниями и идеями между собой. Это может быть особенно полезно при выполнении проектных работ или заданий, которые

требуют совместного творческого подхода. Проектная работа позволяет курсантам применять полученные знания на практике в реальной жизни, а также развивать навыки исследования, анализа и решения проблем. Примером проектной работы может быть создание веб-сайта, приложения или программы.

Самостоятельное изучение материала позволяет курсантам учиться в своем темпе и на своем уровне, а также развивать навыки самоорганизации и самодисциплины. В процессе самостоятельного изучения материала курсанты могут использовать различные ресурсы, такие как учебники, онлайн-курсы, видеоуроки и т. д.

Обсуждение и анализ ошибок помогает курсантам понимать, что они делают неправильно, и находить способы исправления своих ошибок. Это может быть особенно полезно при выполнении заданий, которые требуют логического мышления и решения проблем.

В заключение хочется отметить, что одной из основных целей современного образования является развитие у обучающегося когнитивных качеств и личностных свойств, которые являются основными для критического мышления, а также социальных компетенций и аналитических навыков. Для достижения данной цели необходимо применение знаний нейрпсихологии и нейропедагогики, которые затрагивают индивидуальные когнитивные стратегии обучающегося, способствуют пониманию механизмов появления у него трудностей при обучении и определяют пути и способы его дальнейшего развития [5].

1. Ширшов Е. В. Информация, образование, дидактика, история, методы и технологии обучения. Словарь ключевых понятий и определений : учеб. пособие. М. : Изд. дом Акад. естествознания, 2017. 138 с. [Вернуться к статье](#)
2. Baron Ph. A Cybernetic Approach to Contextual Teaching and Learning // Constructivist Foundations. 2017. Vol. 12, № 1. P. 91–100. [Вернуться к статье](#)
3. Bruer J. Schools for thought: A science of learning in the classroom. Cambridge : MIT Press, 1993. 325 p. [Вернуться к статье](#)
4. Caine R. Caine G. Making connections. Teaching and the Human Brain. California : Menlo Park, 1994. 214 p. [Вернуться к статье](#)
5. Хуторова М. Н. Самообучение информатике на основе информационно-коммуникативных технологий // Вестн. Могилев. гос. ун-та им. А. А. Кулешова. 2019. № 2 (54). С. 87–93. [Вернуться к статье](#)

УДК 378.148

И. В. Чельшева

*заведующий кафедрой психолого-педагогического образования
и медиакоммуникации*

Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиал)

*Ростовского государственного
экономического университета,*

кандидат педагогических наук, доцент (Россия)

ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ РАБОТА С РОДИТЕЛЬСКИМ СООБЩЕСТВОМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАССОВОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

В статье представлены перспективы и векторы дальнейшего развития массового медиаобразования. Автор обращается к анализу перспектив просветительской работы с родительским сообществом как важным вектором обращения внимания широкой общественности к образовательным и воспитательным возможностям медиаобразования.

I. V. Chelysheva

Educational work with the parent community as a factor in the development of mass media education

The article presents the prospects and vectors of the further development of mass media formation. The author turns to the analysis of the prospects of educational work with the parent community as an important vector of paying attention to the general public to the educational and educational capabilities of media education.

В современных условиях процессы, связанные с массовизацией медиаобразовательных процессов приобретают все более устойчивые тенденции. В этой связи возрастает необходимость обращения к вопросу просвещения родительского сообщества в вопросах медиаобразования детей и подростков разных возрастных групп.

Об этом свидетельствуют многочисленные исследования российских и зарубежных авторов последних лет. Так, например, А. Д. Данилов [1, с. 108–125] одним из первых затронул проблематику внедрения медиаобразования не только в школе, но и в семье, обозначив перспективные направления данного направления.

В работах И. В. Григорьевой и Е. А. Пьянниковой [2, с. 237–247] были изучены аспекты семейных форм медиаобразования дошкольников на материале сетевых медиаресурсов.

Известные российские медиапедагоги О. А. Баранов и С. Н. Пензин [3, с. 27–41] рассмотрели возможности работы с родителями по вопросам кино- и медиаобразования в контексте деятельности классного руководителя.

В работах И. В. Чельшевой рассмотрены различные аспекты медиаобразования в семье, включая работу с детьми дошкольного [4, с. 254–262] и младшего школьного возраста [5], вопросы медиапросвещения родителей современного медиапоколения [6, с. 355–359; 7, с. 35–38] и т. п.

Не остались в стороне от обсуждения проблем роли семьи в медиаобразовании подрастающего поколения и зарубежные исследователи. Так, например, Е. Дичева [8, с. 301–310] в своих работах поднимает важную проблему взаимодействия семьи и образовательных институтов в контексте обеспечения медиабезопасности молодого поколения, выдвигая на первый план задачи медиаобразования, среды в процессе формирования информационной культуры и безопасности подростков.

Последние годы в пользу развития массовых форм медиаобразования с включением в данный процесс родительской общественности свидетельствуют и многочисленные медиаобразовательные проекты просветительского характера. В нашей стране таких проектов становится все больше. В качестве примеров можно назвать медиашколы, просветительские семинары и интенсивы по тематике медиаобразования, проектные сессии, массовые кино- и медиаклубы, акции, посвященные безопасному использованию медиаресурсов, многочисленные медиаторческие конкурсы для школьников, студентов и представителей широкой общественности и т. д.

Нужно отметить, что специфика массового медиаобразования в современных условиях обусловлена все более активным включением медиасферы в повседневную жизнь и виды деятельности общества, возрастающим интересом к медиаторчеству, связана с необходимостью уметь анализировать и оценивать медиаконтент разных видов и жанров и т. п. В этой связи особую роль играет просвещение родительского сообщества в вопросах медиаобразования.

Нужно признать, что подавляющее большинство современных родителей активно вовлечены в процесс общения с медиапродукцией: являются пользователями социальных сетей, общаются в мессенджерах, используют интернет-ресурсы и т. д. Однако системные знания о включении медиаобразования в процесс семейного воспитания и развития подрастающего поколения у большинства современных родителей отсутствуют.

Когда речь заходит о произведениях медиакультуры, многие родители воспринимают их как средство развлечения, способ занять свободное время детей и подростков. В связи с этим просветительская работа с родителями

по вопросам медиаобразования представляется все более актуальной задачей на современном этапе.

Одним из продуктивных путей решения этой задачи выступает, как нам представляется, знакомство широкого круга современных родителей с возможностями медиаобразования, которое уже достаточно прочно закрепилось в системе профессионального образования психолого-педагогического направления путем интеграции медиаобразовательных элементов в дисциплины профессионального цикла и включения в учебный план предметов медиаобразовательной проблематики.

Кроме того, привлечение родительской общественности к решению актуальных задач медиаобразования подрастающего поколения выступает важным фактором дальнейшего развития массовых форм медиаобразования в нашей стране и за рубежом. Коллектив авторов под руководством профессора А. В. Федорова несколько лет назад представил комплексное исследование, посвященное истории развития массового медиаобразования в России [9] и странах СНГ [10]. Данный анализ касался вопросов внедрения массовых форм медиаобразования в образовательный и социокультурный процесс.

Включение родительской аудитории в решение вопросов медиаобразования, как нам кажется, может стать еще одним ключевым вектором развития массового медиаобразования молодого поколения завтрашнего дня, позволит наметить дальнейшие пути и перспективы развития семейных форм медиаобразовательной деятельности. Для решения этих задач к наиболее перспективным формам можно отнести «проведение регулярных встреч со специалистами медиасферы, медиаэкспертами, медиапедагогами и медиапсихологами, в ходе которых будут освещаться наиболее актуальные вопросы взаимодействия детей и подростков с медиасредой, вопросы эффективной медиакommunikации, распознавания истинной и ложной информации и т. п.» [7].

В этом процессе особое значение имеет просветительская функция массового медиаобразовательного процесса. Начало процессу информирования родителей об образовательных и воспитательных возможностях медиаобразования должно быть положено уже в дошкольном возрасте, так как современные дети, начиная с дошкольного периода, активно приобщаются к миру медиакультуры. И если несколько десятилетий назад исследователи делали акцент на необходимости медиаобразования преимущественно школьной аудитории, то сегодня важность и значимость дошкольного медиаобразовательного процесса существенно возрастает. Так как в дальнейшем данная тенденция, по всей видимости, будет достаточно устойчивой, к вопросам организации медиаобразования как в дошкольных образовательных организациях, так и в семьях дошкольников есть необходимость обратиться уже сейчас.

Таким образом, на сегодняшний день можно говорить о необходимости выстраивания системной работы с родительским сообществом по его активному включению в медиаобразовательный процесс. И одним из продуктивных путей решения проблемы здесь выступает организация просветительской деятельности.

Обращаясь к возможностям практической реализации выстраивания системы массовых форм медиаобразования родительского сообщества, можно отметить следующие возможные пути:

- вооружение педагогов дошкольного и школьного звена инструментарием медиаобразования;
- расширение информационного поля для обмена опытом успешной медиаобразовательной деятельности между профессиональными медиапедагогами, медиапсихологами и широкой общественностью, в том числе — педагогической и родительской;
- подготовка методического обеспечения для включения родителей в медиаобразовательный и медиатворческий процесс;
- популяризация информационных ресурсов медиаобразования, включая научные и научно-популярные издания, практические разработки и т. д.

1. Данилов А. П., Птак Я. А. Медиаобразование в семье и школе: опыт и проблемы // *Семья в России*. 2002. № 2. С. 108–125. [Вернуться к статье](#)
2. Григорьева И. В., Пьянникова Е. А. Анализ положительных практик медиаобразования детей дошкольного возраста в современной семье средствами сетевых медиа // *Научно-педагог. журн. Вост. Сибири Magister Dixit*. 2013. № 3 (9). С. 237–247. [Вернуться к статье](#)
3. Баранов О. А., Пензин С. Н. Медиа, современная семья и школьник // *Медиаобразование*. 2006. № 2. С. 27–41. [Вернуться к статье](#)
4. Чельшева И. В. Игровые технологии в медиаобразовании дошкольников // *Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык*. 2014. № 2. С. 254–262. [Вернуться к статье](#)
5. Чельшева И. В. Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности. М. : Директ-медиа, 2013. 191 с. [Вернуться к статье](#)
6. Чельшева И. В. Просвещение родителей по проблемам безопасности детей в виртуальном пространстве // *Психолого-педагогическое образование родителей: история, современность, перспективы : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Ростов-на-Дону, 4 окт. 2016 г. / отв. ред. О. А. Кочергина. Ростов н/Д : Рост. гос. эконом. ун-т «РИНХ», 2017. С. 355–359. [Вернуться к статье](#)*
7. Чельшева И. В. Образовательный потенциал мультимедиа: работа с родителями современного медиапоколения // *Проблемы подготовки режиссеров мультимедиа : материалы XIV Всерос. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 22 апр. 2022 г. СПб. : С.-Петерб. гуманитар. ун-т профсоюзов, 2022. С. 35–38. [Вернуться к статье](#)*
8. Дичева Е. Взаимодействие семьи и образовательной среды в процессе формирования информационной культуры и безопасности подростков // *Семья и дети*

в современном мире : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 22–23 апр. 2019 г. / под общ. и науч. ред. В. Л. Ситникова. Т. V. СПб. : Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена, 2019. С. 301–310. [Вернуться к статье](#)

9. Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы / А. В. Федоров [и др.]. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. 375 с. [Вернуться к статье](#)

10. Массовое медиаобразование в странах СНГ / А. В. Федоров [и др.]. М. : ОД «Информация для всех», 2020. 273 с. [Вернуться к статье](#)

УДК 378.147

А. М. Шубадзёрава

*дацэнт кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін
Магілёўскага інстытута МУС,
кандыдат філалагічных навук, дацэнт (Беларусь)*

ДОСЛЕДНА-ТВОРЧЫЯ ВІДЫ САМАСТОЙНАЙ РАБОТЫ ЯК СРОДАК ФАРМІРАВАННЯ КАМУНІКАТЫўНАЙ КАМПЕТЭНЦЫІ НАВУЧЭНЦАў

У артыкуле падрабязна аналізуюцца мэты, формы і функцыі самастойнай работы студэнтаў, разглядаюцца адметнасці выкарыстання ў вучэбным працэсе доследна-творчых відаў самастойнай работы. Асаблівы акцэнт робіцца на такіх формах, як эсэ і партфоліа, аналізуюцца іх тыпы, структура і функцыі. Вызначаецца актуальнасць падобнага віду творчай работы ў працэсе падрыхтоўкі студэнтаў праваахоўных спецыяльнасцей.

A. M. Shubadziorava

Experimental and creative types of independent work as a means of forming students' communicative competence

The article analyzes in detail the goals, forms and functions of independent work of students, discusses the features of using experimental and creative types of independent work in the educational process. Special emphasis is placed on such forms as essays and portfolios, their types, structure and functions are analyzed. The relevance of this type of creative work in the process of training students of law enforcement specialties is determined.

У вышэйшых навучальных установах самастойная работа прадугледжваецца пры вывучэнні кожнай дысцыпліны і арганізуецца з улікам канкрэтных патрабаванняў адукацыйных стандартаў, узроўню падрыхтоўкі студэнтаў і іх інтэлектуальных здольнасцей, узроставых магчымасцей. Безумоўна, студэнты-першакурснікі маюць асабісты вопыт арганізацыі самастойнай работы, які яны атрымалі ў школе, ва ўстановах дадатковай адукацыі, дома. Аднак пры навучанні ў ВНУ патрабаванні да самастойнай работы ўскладняюцца, бо звязаны з фарміраваннем агульнакультурных і прафесійных кампетэнцый.

Самастойная работа прызначана актывізаваць вучэбна-пазнавальную дзейнасць навучэнцаў, пашырыць вучэбную інфармацыю, атрыманую на практычных занятках, сфарміраваць у іх уменні самастойнага набыцця і абагульнення лінгвакультуралагічных ведаў, развіць навыкі самаарганізацыі, самастойнасці мыслення, здольнасці да самаразвіцця, самаўдасканалення, самарэалізацыі.

Звычайна самастойную работу студэнтаў па любой дысцыпліне падзяляюць на дзве часткі:

– самастойная работа, якую навучэнец выконвае без непасрэднага кантролю з боку выкладчыка (яна, як правіла, арганізуецца самім студэнтам у зручны для яго неаўдыторны час, вызначаецца ўласнымі пазнавальнымі патрэбамі);

– кіруемая самастойная работа, арганізаваная выкладчыкам і прапісаная ў навукова-метадычнай дакументацыі (студэнт самастойна выконвае заданні, выдадзеныя выкладчыкам, у спецыяльна адведзены час). Кіруемая самастойная работа кантралюецца, можа быць арганізавана з дапамогай камп'ютарных тэхналогій. Могучь выкарыстоўвацца розныя формы кіруемай самастойнай работы: аўдыторная і неаўдыторная, групавая і індывідуальная.

Кіруемая самастойная работа студэнтаў пры вывучэнні дысцыплін філалагічнага профілю прадугледжваецца вучэбнай праграмай і мае навукова-метадычнае забеспячэнне: электронны вучэбна-метадычны комплекс, вучэбную праграму і метадычныя рэкамендацыі па дысцыпліне, навукова-метадычную і даведкавую літаратуру, электронныя сродкі навучання і інш. Выбар форм і відаў арганізацыі кіруемай самастойнай работы вызначаецца зместам вучэбнай дысцыпліны і формай арганізацыі навучання (лекцыя, семінар, практычныя заняткі, кантрольныя мерапрыемствы і інш.), а таксама ўзроўнем падрыхтоўкі студэнтаў.

Пры вывучэнні філалагічных дысцыплін выкарыстоўваюцца розныя віды кіруемай самастойнай работы студэнтаў: а) рэпрадукцыйны, б) рэканструкцыйны (прадукцыйны), в) доследна-творчы.

Асаблівую ўвагу хацелася б звярнуць на доследна-творчыя віды самастойнай работы, паколькі яны фарміруюць кампетэнцыі на ўзроўні прымянення атрыманых ведаў. Пры выкананні заданняў такога тыпу адбываецца абагульненне і сістэматызацыя лінгвістычных ведаў, перанос іх у нестандартныя ўмовы. Творчая самастойная работа патрабуе аналізу праблемнай сітуацыі і атрымання новай інфармацыі. Валоданне мовай, навыкамі пісьма і ўменне прадставіць тэкст — гэта асноўныя якасці такіх работ.

Не выклікае сумнення той факт, што камунікатыўная кампетэнтнасць з'яўляецца вельмі істотнай для прадстаўнікоў праваахоўных спецыяльнасцей, паколькі мова — важны прафесійны складнік праваабаронцаў. Ім даводзіцца мець зносіны з прадстаўнікамі самых розных прафесій і сацыяльных пластоў, тлумачыць грамадзянам прававыя нормы, афармляць дакументацыю (дагаворы, пратаколы і іншыя судовыя паперы), весці дзелавую перапіску, выступаць у ролі аратара і прапагандыста прававых ведаў. Усе гэтыя функцыі рэалізуюцца з дапамогай мовы.

Для фарміравання і развіцця моўнай кампетэнцыі навучэнца вельмі прадуктыўным відам доследна-творчай самастойнай работы з'ўляецца эсэ, якое садзейнічае развіццю і ўдасканаленню навыкаў самастойнага творчага мыслення і пісьмовага выкладу ўласных думак.

Эсэ як від самастойнай работы здаўна выкарыстоўваецца ў вучэбным працэсе пры вывучэнні розных дысцыплін і падрабязна апісаны ў навукова-метадычнай літаратуры [1; 2; 3]. Неабходна нагадаць, што эсэ мае свае адметныя рысы: невялікі аб'ём, які не прадугледжвае ўсебаковага і вычарпальнага асвятлення тэмы; адлюстраванне ўласнага пункту гледжання навучэнца па тым ці іншым пытанні, якое ён павінен абавязкова аргументаваць, абапіраючыся на свой жыццёвы вопыт [2, с. 64].

Для доказу ўласнай пазіцыі могуць выкарыстоўвацца выказванні вядомых людзей, гістарычныя факты, навуковыя і статыстычныя даныя, афіцыйныя дакументы, прыклады з мастацкай літаратуры і інш.

Эсэ павінна складацца з трох частак: ва ўступе называецца галоўная тэма разважання, абгрунтоўваецца яе актуальнасць; асноўная частка дае адказ на пастаўленае пытанне або вызначае шляхі вырашэння той або іншай праблемы, менавіта ў гэтай частцы прыводзяцца доказы, ілюстрацыйны матэрыял або прыклады з асабістага жыцця аўтара; у заключэнні робяцца высновы з усяго сказанага, фармулююцца вывады. Эсэ, як правіла, павінна быць напісана ў публіцыстычным ці навукова-папулярным стылі.

У навукова-метадычнай літаратуры апісаны розныя падыходы да класіфікацыі эсэ [1; 2; 3]. Спынімся на найбольш ужывальных. Паводле зместу эсэ падзяляюцца на філасофскія, гістарычныя, мастацкія, мастацка-публіцыстычныя, літаратурна-крытычныя, духоўна-рэлігійныя і інш. Па літаратурнай форме эсэ дзеляцца на лірычныя мініяцюры, старонкі з дзённіка, лісты, нататкі, рэцэнзіі і інш. Па спосабе выкладу, па кампазіцыйных асаблівасцях эсэ бываюць апісальныя, апавядальныя, параўнальныя, ілюстрацыйныя, прычинна-выніковыя, аналітычныя, крытычныя, аргументацыйныя, класіфікацыйныя і інш.

Акрамя гэтага, прапануецца класіфікацыя, згодна з якой эсэ падзяляецца на дзве вялікія групы: 1) суб'ектыўнае эсэ, дзе асноўным элементам з'ўляецца раскрыццё таго ці іншага боку аўтарскай асобы, 2) эсэ аб'ектыўнае, дзе асобны пачатак падпарадкаваны прадмету апісання ці нейкай ідэі. Відавочна, што эсэ навучэнца на пэўную тэму належыць да другой групы.

Выбар таго ці іншага тыпу эсэ залежыць ад профілю і этапу (першы або выпускны курс) навучання студэнта, ад узроўню яго агульнай і моўнай падрыхтоўкі, ад навучальных задач, якія вырашаюцца выкладчыкам, ад выбару самага навучэнца. Ад студэнта патрабуецца мець сваю пазіцыю, здолець даказаць свой

пункт погляду, умець ясна і пісьменна выкладаць свае думкі, аргументуючы і ілюструючы іх дастатковай колькасцю прыкладаў.

Для навучэнцаў праваахоўных спецыяльнасцей найбольш прыдатнымі будуць эсэ з улікам спосабу выкладу і кампазіцыйных асаблівасцей, напрыклад, апавядальнае эсэ (аўтар не толькі расказвае пра падзеі ці факты ў пэўнай паслядоўнасці, але і выказвае сваё меркаванне, гаворыць пра свае пачуцці); апісальнае (паказвае накірунак або прапануе план выканання той ці іншай задачы); прычынна-выніковае (фіксуе ўвагу на перадумовах і наступствах вырашэння доследнай праблемы); параўнальнае (паказвае адрозненні і (або) падабенствы паміж пазіцыямі, ідэямі, падыходамі і г. д.); аргументацыйнае (утрымлівае абгрунтаванае меркаванне адносна прадмета вывучэння).

Асобна трэба сказаць пра тэмы эсэ. Яны павінны быць дыскусійнымі, гэта значыць прадугледжваць розныя падыходы да іх раскрыцця. Акрамя таго, тэмы могуць утрымліваць у сабе пытанне, праблему. Галоўнае, яны павінны заахвочваць навучэнцаў паразважаць над сітуацыяй, выказаць свае меркаванні, абгрунтаваць уласную пазіцыю. Напрыклад, для студэнтаў праваахоўных спецыяльнасцей можна прапанаваць наступныя тэмы для напісання эсэ: «Ці можа супрацоўнік праваахоўных органаў выкарыстоўваць у маўленні жаргон?», «Сям'я ці кар'ера: што важней?», «Ці існуе мода на прафесіі?», «Праблема выкарыстання ў маўленні запазычаных слоў». У якасці тэмы для эсэ могуць выступаць афарызмы або кароткія цытаты: «Бывае слава, як праклён» (Васіль Зуёнак), «Спакойнага шчасця не зычу нікому...» (Аркадзь Куляшоў) і інш.

Безумоўна, эсэ — дзейсны і прадуктыўны від самастойнай доследна-творчай работы, бо, працуючы над эсэ, студэнт вучыцца пісьмова выказаць і фармуляваць уласныя думкі, даказваць свой пункт гледжання, аналізаваць інфармацыю, прыводзіць у якасці доказаў прыклады, аргументаваць, дэманстраваць навыкі пісьмовага маўлення. Аднак дадзены від работы з'яўляецца карысным і эфектыўным толькі ў тым выпадку, калі эсэ выконваецца самастойна, калі яно цалкам «не запазычана» з інтэрнэту або не скампелявана з іншых тэматычна падобных работ.

У якасці альтэрнатывы традыцыйнаму эсэ можа разглядацца і такая форма самастойнай доследна-творчай работы, як партфолія [4; 5]. У найбольш агульным разуменні вучэбнае партфолія ўяўляе сабой форму і працэс арганізацыі (калекцыя, адбор і аналіз) узораў і прадуктаў вучэбна-пазнавальнай дзейнасці навучэнца, а таксама адпаведных інфармацыйных матэрыялаў са знешніх крыніц, прызначаных для наступнага іх аналізу, усебаковай колькаснай і якаснай ацэнкі ўзроўню падрыхтаванасці студэнта і далейшай карэкцыі працэсу навучання.

Да асноўных тыпаў партфоліа адносяць:

1. Папка дасягненняў, якая адлюстроўвае яго вучэбныя, доследныя і творчыя поспехі. Такое партфоліа прад'яўляецца як вынік засваення вучэбнай дысцыпліны, а выніковае партфоліа за ўсе гады навучання – як кваліфікацыйны вынік творчага і навуковага развіцця на дзяржаўным экзамене па спецыяльнасці.

2. Рэфлексійнае партфоліа раскрывае дынаміку развіцця студэнта, дапамагае прасачыць выніковасць яго дзейнасці як у колькасным, так і якасным планах. У гэтую папку збіраюцца ўсе кантрольныя і творчыя працы: публікацыі, эсэ, рэфераты, заліковыя і курсавыя работы на працягу пэўнага тэрміну. Такое партфоліа дазваляе аб'ектыўна ацаніць навукова-доследны патэнцыял выпускной кваліфікацыйнай работы.

3. Праблемна-доследнае партфоліа ўключае ў сябе матэрыялы, неабходныя для розных этапаў доследнай дзейнасці, ад пастаноўкі праблемы да яе рашэння, уключаючы матэрыялы пошуку, матэрыялы, патрэбныя для напісання рэферата, навукова-доследнай работы, падрыхтоўкі да выступлення на канферэнцыі, прэзентацыі, эсэ і інш.

4. Тэматычнае партфоліа, якое ствараецца ў працэсе вывучэння якой-небудзь вялікай тэмы, раздзела, вучэбнага курса.

Для навучэнцаў праваахоўных спецыяльнасцей найбольш эфектыўным з'яўляюцца праблемна-доследнае і тэматычнае партфоліа. Звычайна такія партфоліа могуць уключаць: кароткі аналіз некалькіх літаратурных крыніц, бібліяграфічную інфармацыю, вынікі праведзенага апытвання ці анкетавання, інфармацыю, якая дэманструе набыты тэарэтычныя і практычныя вопыт навучэнца і інш. Усе гэтыя матэрыялы могуць быць выкарыстаны для падрыхтоўкі эсэ, дакладаў, паведамленняў, публікацый, прэзентацый і інш. Партфоліа могуць быць аформлены як на паперы, так і ў электронным выглядзе. Паколькі адсутнічае адзіны спосаб пабудовы партфоліа, то студэнты павінны арыентавацца на абавязковую прысутнасць у працэсе яго стварэння трох складнікаў: збору інфармацыі, адбору і яе апрацоўкі, разваг над праблемным матэрыялам.

У працэсе навучання партфоліа можа выкарыстоўвацца як:

1. Асобныя заняткі — абарона партфоліа. Яны праводзяцца ў канцы навучальнага курса і могуць лічыцца формай для выстаўлення выніковай ацэнкі па асобнай дысцыпліне.

2. Сямінар з выкарыстаннем элементаў партфоліа. Прэзентацыя і непрацяглае абмеркаванне партфоліа.

Выкарыстанне моўнага партфоліа ў навучальным працэсе спрыяе развіццю ў студэнтаў навыкаў працы з рознымі відамі вучэбнай і прафесійнай

інфармацыі, а таксама фарміраванню прафесійных і камунікатыўных кампетэнцый.

Такім чынам, доследна-творчыя віды самастойнай работы прызначаны для таго, каб навучыць студэнта абагульняць вывучаны матэрыял, рабіць высновы і выкладаць свае думкі вусна і на паперы. Для будучых праваахоўнікаў, кіраўнікоў, арганізатараў для росту прафесіяналізму неабходна, у першую чаргу, умець добра прэзентаваць свае ідэі.

1. Заварзина Л. Э. Эссе как вид самостоятельной работы студентов при изучении курса «История образования и педагогической мысли» // Историко-педагог. журн. 2018. № 1. С. 64–81. [Вернуться к статье](#)

2. Кузнецова Е. В. Эссе как компонент письменной речи при обучении иностранному языку студентов старших курсов // Профессиональное лингвообразование : материалы Восьмой Междунар. науч.-практ. конф., июль 2014 года / Нижегород. ин-т управления — филиал Рос. акад. нар. хозяйства и гос. службы; [редкол.: Н. Л. Уварова, Т. Г. Рыбалко]. Н. Новгород, 2014. С. 288–291. [Вернуться к статье](#)

3. Филимонова Н. Ю., Серегина О. Л. Формирование навыка письменной речи с помощью эссе при обучении иностранному языку // Актуальные вопросы профессионального образования. 2018. № 3 (12). С. 18–22. [Вернуться к статье](#)

4. Наумова Т. А. Метод портфолио как вид самостоятельной работы студентов // European science. 2016. № 8 (18). С. 41–44. [Вернуться к статье](#)

5. Ретивых М. В. «Портфолио» как комплексная технология организации самостоятельной работы студентов // Вестн. Брян. гос. ун-та. 2014. № 1. С. 186–192. [Вернуться к статье](#)

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Антонова Е. Н.</i> Об использовании медиатекстов как кейсов в системе профессионального образования	7
<i>Балабанаў У. Б.</i> Аб практыцы стварэння электроннага навучальнага выдання для прафесійна арыентаванага навучання замежнай мове.....	13
<i>Бульбенко Е. С.</i> Декодирование отрицательных эмоций в современных СМИ	19
<i>Венідзіктаў С. В.</i> Дэвіяцыі асобы ў прасторы інтэрнэт-камунікацыі	24
<i>Демидко В. В.</i> Формирование информационной культуры учащихся посредством использования новых медиа в образовательном процессе	30
<i>Игнатович А. Е.</i> Понятия «образ» и «визуализация» в контексте современного исторического образования	36
<i>Краснова К. А.</i> Определение роли медиатехнологий в деятельности органов государственной власти	42
<i>Lappo E. N.</i> Verwendung der Moodle-Technologie beim Unterrichten einer Fremdsprache	48
<i>Левицкая А. А.</i> Проект «Западный кинематограф на страницах журнала “Советский экран”» (1925–1991).....	54
<i>Лемешевский О. О.</i> О некоторых вопросах формирования мотивации к военной службе с помощью сети Интернет	58
<i>Лукашкова И. Л.</i> Медиаобразовательный потенциал инфографики в высшей школе	62
<i>Лукашкова И. Л., Барковец Д. А.</i> Онлайн-груминг: распространенность, механизмы реализации, факторы риска	67
<i>Лукина О. А.</i> Реклама на стендах у подъездов: особенности языка, эффективные стратегии размещения	74
<i>Мантуров О. С.</i> Цифровая медиареальность и стратегии конструирования коммуникации	78
<i>Мейкшане Т. А.</i> Стратегии поддержания двусторонней коммуникации на занятиях по курсу «Деловой иностранный язык».....	83
<i>Овсянников А. В.</i> Особенности образовательного процесса студентов с развитием chatbot-коммуникаций	90
<i>Русакова Г. А.</i> Некоторые аспекты воздействия медиасреды на подростков.....	94
<i>Савичева И. А.</i> Роли и компетенции обучающихся в онлайн-образовании.....	99
<i>Федоров А. В.</i> Теоретические концепции киноведения в журнале «Искусство кино» в первые постсоветские годы: 1992–2000.....	103
<i>Хуторова М. Н.</i> Базисные принципы нейропедагогики	106
<i>Чельшева И. В.</i> Просветительская работа с родительским сообществом как фактор развития массового медиаобразования	112

Шубадзёрава А. М. Доследна-творчыя віды самастойнай работы як сродак фарміравання камунікатыўнай кампетэнцыі навучэнцаў 117

[Вернуться на титульный экран издания](#)