



ЦЕНТР РАЗВИТИЯ  
СОВРЕМЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ  
ДЕТЕЙ БФУ ИМ. И. КАНТА

# Медиаобразование школьников социогуманитарного профиля: опыт Калининградской области

К.ф.н., руководитель социогуманитарного  
направления Центра развития современных  
компетенций детей БФУ им. И. Канта  
Мальвина Михайловна Друкер

# Некоторые тенденции современной медиасреды



## Ранняя цифровизация аудитории

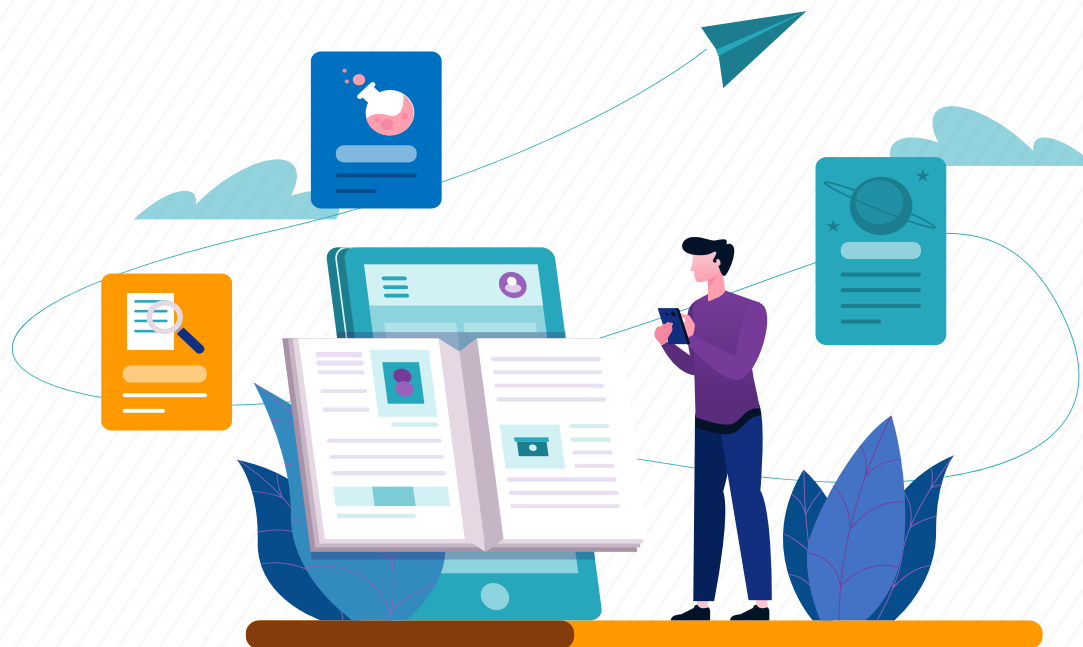
снижение входного барьера для доступа детей младшего возраста к медиасреде; активизация детского сегмента интернета



## Трансформация моделей медиапотребления

пассивизация медиапотребления и активизации пользователями собственного производства медиaproдукции

увеличение средней продолжительности медиасессии при сокращении времени на чтение текстов до 30 секунд в пользу просмотра заголовков и иллюстраций, предпочтения видеоконтента



## Медиаэкология

адаптация человека в медиасреде и формирование навыков эффективного использования медиатехнологий, рационального пользования информационными ресурсами



## Контент как фактор формирования ценностных ориентиров

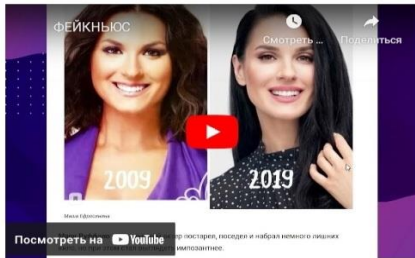
снижение уровня критического отношения к информации в социальных медиа вследствие подкрепления её достоверности элементами социального одобрения (лайками, репостами, комментариями); хакмор

- ◆ тренды медиапотребления молодежи в условиях цифровой среды и цифрового образования;
- ◆ риски и угрозы психологическому здоровью школьников в сети Интернет;
- ◆ профилактика потребления деструктивного контента в сети Интернет
- ◆ фейк-ньюс и постправда как современная медиареальность
- ◆ проблемы медиаобразования современных школьников





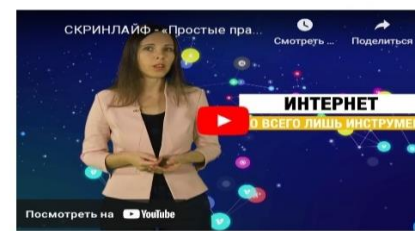
«Виды рисков и угроз сетевого пространства»



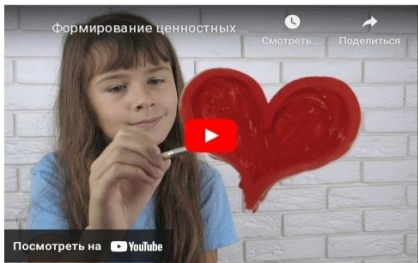
«ФЕЙКНЬЮС»



«Кибербуллинг»



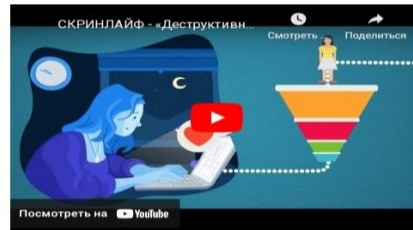
«Простые правила»



«Формирование ценностных ориентиров современного подростка и сетевого пространство»



«Деструктивные площадки социальных медиа»



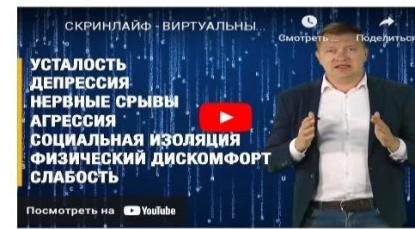
«Деструктивные сообщества»



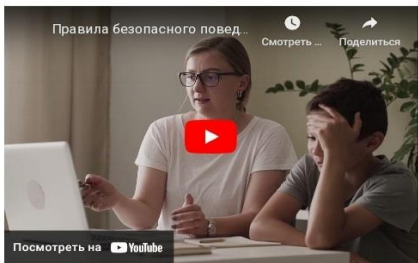
«Ментальный вирус»



«Умная управляемая толпа»



«Виртуальный человек»



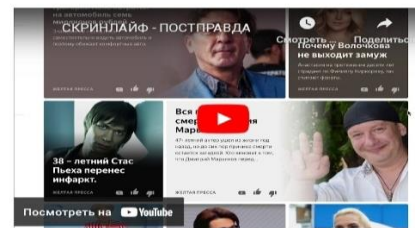
«Правила безопасного поведения подростков в сети Интернет»



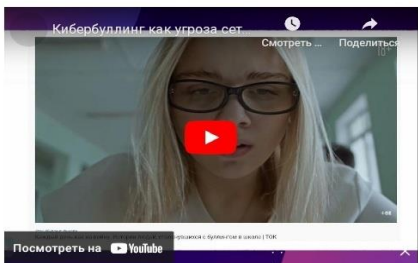
«Умная управляемая толпа»



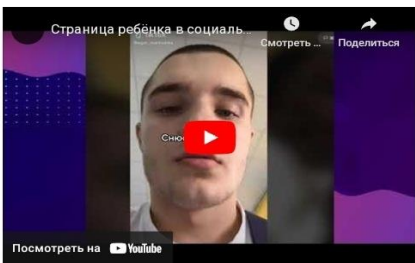
«Заложники фэйкньюс»



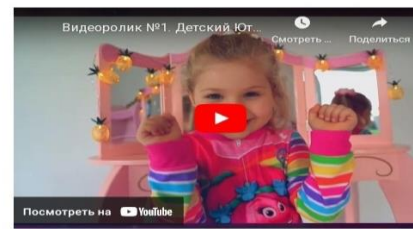
«Постправда»



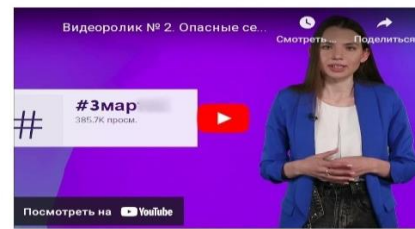
«Кибербуллинг как угроза сетевого пространства»



«Страница ребёнка в социальной сети: маркеры деструктивного контента»



«Детский Ютуб»



«Опасные сети»



**«Мне никогда не нравилось, чисто по-человечески и профессионально тоже, сравнивать блогеров и журналистов – это нелогично».**

2020-10-17 09:49

Интервью с Аргыловым Никитой Антоновичем, директором департамента коммуникаций и медиа Школы искусств и гуманитарных наук Дальневосточного федерального университета (ДВФУ), кандида...



**«Простые провокативные истины»**

2020-04-15 16:30

Интервью с доктором филологических наук, профессором, заслуженным работником высшей школы Российской Федерации, заведующим кафедрой массовых коммуникаций Международной академии бизнеса и...



**«Чем больше времени человек проводит в виртуальном пространстве, тем больше он предрасположен жить по нормам этого пространства»**

2020-04-07 13:41

Интервью с Шестериной Аллой Михайловной, доктором филологических наук, профессором Воронежского государственного университета, медиapsихологом о проблеме «виртуального человека»...



**«Всегда есть те, кому нужны неприхотливые в духовном отношении биороботы»**

2020-04-05 13:36

Интервью с доктором социологических наук, профессором БФУ им. И. Канта, Кривошеевым Владимиром Вениаминовичем об электронной культуре и деструктивном контенте. &nb...



**«Постправда – это уже неотъемлемый элемент современной социальной жизни»**

2020-03-25 16:09

Интервью с Ачкасовой Верой Алексеевной, профессором, доктором политических наук, заведующей кафедрой связей с общественностью в политике и государственном управлении. &nb...



**«Критическое мышление современного человека способно помочь ему преодолеть угрозы со стороны информационного пространства»**

2020-03-25 16:05

Интервью с Аникиной Марией Евгеньевной, кандидатом филологических наук, доцентом кафедры социологии массовых коммуникаций факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова о современном ...



**«Если человек уже сформировал свой лексикон, и он достаточно богат, то эмоджи только в помощь»**

2020-03-25 16:01

Интервью с кандидатом филологических наук, доцентом, преподавателем кафедры медиалингвистики института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургско ...



**«Надо почаще анализировать новости, угол подачи и источники информации»**

2020-03-25 15:57

Интервью с профессором НИУ ВШЭ, советником МИА «Россия сегодня» Олегом Аркадьевичем Дмитриевым о проблеме «фейковых новостей». ...

# ПРАВИЛА ИНФОРМАЦИОННОЙ ГИГИЕНЫ

ПО МАТЕРИАЛАМ ПОСОБИЯ «МАРКЕРЫ ФЕЙКА В МЕДИАТЕКСТАХ»  
И.А.СТЕРНИН, А.М.ШЕСТЕРНИНА



УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ИНФОРМАЦИЯ ВАМ НУЖНА

УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ВЫ ВЫБРАЛИ ДОСТОВЕРНЫЙ ИСТОЧНИК



УБЕДИТЕСЬ, ЧТО СООБЩЕНИЕ ПЕРВИЧНО (НЕ СКРИНШОТ И НЕ РЕПОСТ)

УБЕДИТЕСЬ, ЧТО СООБЩЕНИЕ КАЧЕСТВЕННО (НЕ СОДЕРЖИТ ОШИБОК ИЛИ ОПЕЧАТОК)



УБЕДИТЕСЬ, ЧТО АВТОР — ЭКСПЕРТ С ХОРОШЕЙ РЕПУТАЦИЕЙ

УБЕДИТЕСЬ, ЧТО АНАЛОГИЧНЫЕ ФАКТЫ ТРАНСЛИРУЮТСЯ ДРУГИМИ ПРОВЕРЕННЫМИ ИСТОЧНИКАМИ



ПОДУМАЙТЕ, ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛИ ВАЖНО РАСПРОСТРАНЯТЬ ТАКОЕ СООБЩЕНИЕ



ЕСЛИ КТО-ТО ПЕРЕСЫЛАЕТ ИНФОРМАЦИЮ ВАМ, ПОДУМАЙТЕ:

- ПОЧЕМУ ЭТО ПЕРЕСЫЛАЕТСЯ ИМЕННО МНЕ?
- ПОЧЕМУ ИМЕННО ЭТОТ ЧЕЛОВЕК ПЕРЕСЫЛАЕТ МНЕ ЭТУ ИНФОРМАЦИЮ?
- ПОЧЕМУ ЭТА ИНФОРМАЦИЯ ПЕРЕСЫЛАЕТСЯ ИМЕННО СЕЙЧАС?

## 5 ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ КОНТЕНТА НА НАЛИЧИЕ ДЕСТРУКТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ



### ДЛЯ ЧЕГО МНЕ НУЖНА ЭТА ИНФОРМАЦИЯ?

Ответ на этот вопрос поможет понять цель и причину потребления контента, а также определить результат потребления информации: подкрепление старой информации, получение новой, разрушение ранее устоявшихся стереотипов и установок.



### ЧТО Я ЗНАЮ ОБ ИСТОЧНИКАХ ИНФОРМАЦИИ?

Для определения качества источника необходимо получить сведения об отправителе, характере ресурса, достоверности транслируемой информации.



### КАКИЕ СПОСОБЫ ТРАНСЛЯЦИИ КОНТЕНТА ИСПОЛЬЗУЮТСЯ?

Обращайте внимание на наличие или отсутствие манипуляции: контент, вызывающий эмоции (возмущение, шок, раздражение и т.д.), апелляция к сомнительным авторитетам, использование неуместных номинаций и другое.



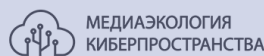
### КАК Я ОЩУЩАЮ СЕБЯ ПОСЛЕ ВОСПРИЯТОЙ ИНФОРМАЦИИ?

72% потребителей деструктивного контента имеют психологические проблемы, связанные с чувством обособленности от окружающего мира. Если контент вызывает аффективное эмоциональное состояние, то он может быть деструктивным.



### КАК ИНФОРМАЦИЯ ПОВЛИЯЛА НА МОЁ ОТНОШЕНИЕ К ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ?

Изменилась ли моя оценка социальных, политических и других событий, и повлияла ли эта



## КОГДА РЕБЁНОК МОЖЕТ НАЧАТЬ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ СЕТЬЮ ИНТЕРНЕТ?



### КОНТРОЛИРУЕТ ВРЕМЯ, ПРОВЕДЁННОЕ В СЕТИ

Для детей от 5 до 6 лет время использования Интернета — не более часа в день, для школьников 7–11 лет — не более трёх часов в день, для младших подростков (12–13 лет) — не более пяти часов \*

Результаты исследования были озвучены на международной конференции «Сетевая, основанная на инновациях в образовании».

### КОНТРОЛИРУЕТ СВОЁ ПОВЕДЕНИЕ

Дети не должны быть ни жертвами деструктивного поведения и контента, ни агрессорами, создателями и распространителями негативного контента



### ОТЛИЧАЕТ ЦЕННОСТИ ОТ ДЕСТРУКТИВА

Умеет противостоять угрозе столкновения с запрещённым, незачитным и опасным контентом в сети, в том числе пропагандирующим суицидальные действия, ненависть и агрессию

### ОБЛАДАЕТ НАВЫКАМИ ПОИСКА НУЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Проблема поиска в интернете не в том, что информации мало, а в том, что её много, поэтому необходимо чётко формулировать поисковые запросы



### ПОНИМАЕТ, КОМУ, ДЛЯ ЧЕГО И КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ ПЕРЕДАЁТ

Информация, загруженная в сеть, в некоторых случаях может быть использована против самого отправителя

### ИСПОЛЬЗУЕТ СЕТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ, А НЕ СРЕДУ ОБИТАНИЯ

Злоупотребление временем пребывания в сети может привести к интернет-зависимости



### КОРРЕКТНО ОБЩАЕТСЯ В СЕТИ

Соблюдает нормы этики и правила поведения в сети

### УМЕЕТ ПЕРЕПРОВЕРЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ

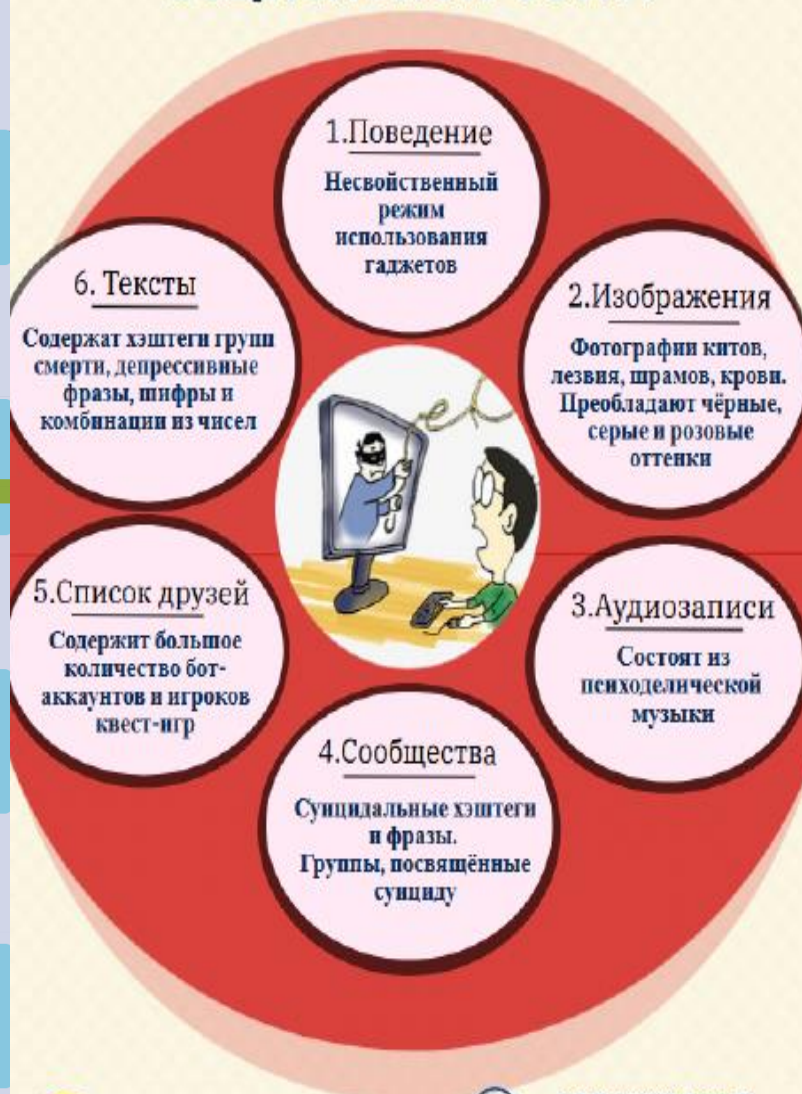
Может сопоставлять источники информации, находить дополнительные сведения об авторе, героях, событиях и дате публикации



### ЗНАЕТ ПРАВИЛА БЕЗОПАСНОГО ПОВЕДЕНИЯ В СЕТИ

Умеет работать с настройками конфиденциальности, способен оценивать потребляемый контент, противостоять рискам и угрозам сетевого

## Как понять, что подросток находится в группе риска социальной сети?



**МЕДИАПАРК**  
Центр коммуникационных и мультимедийных технологий



**МЕДИАЭКОЛОГИЯ**  
КИБЕРПРОСТРАНСТВА

# Медиакомпетенции

Медиаграмотность, медиаобразование и медиабезопасность: формирование критического мышления, творческая самореализация, профориентация и социализация.

## Работа с информацией

- Поиск
- Верификация
- Структура
- Интерпретация
- Представление



## Работа с ЦА

- Сегментирование
- Пользовательский контент
- Интерактив



## Медиапроизводство

- Выбор площадок, форматов, жанров, угла подачи
- Работа с контентом: фото, видео, текст, инфографика



## Медиаменеджмент

- Работа с редакционным коллективом: постановка задач, определение ролей, контроль выполнения, управление проектом



## Правовые и этические аспекты

- Авторский контент
- Закон о СМИ
- Регулирование норм этики



## Центры формирования медиакомпетенций в Калининградской области



**Центр развития современных компетенций детей БФУ им. И. Канта**



**Центр развития одаренных детей**



**Калининградский областной институт развития образования**



**Школа креативных индустрий**





# «Точки роста» в рамках федерального проекта «Современная школа» национального проекта «Образование»



**103 «Точки  
роста» в регионе  
К 2024 году –  
16 000 в стране**



## Цели проекта

Обеспечение образовательными технологиями для освоения обучающимися основных и дополнительных общеобразовательных программ цифрового, естественнонаучного, технического и гуманитарного профилей



## Школьные пресс-центры

Освещение основной деятельности проекта, формирование медиакомпетенций

## ◆ Кластеры и высшие школы

реализация программ, создание специализированных университетских классов предпрофильной и ранней профильной подготовки

## ◆ Базовые школы

участвуют в разработке актуальных направлений предпрофильной и ранней профильной подготовки

## ◆ Школы – сетевые партнеры

реализация актуальных направлений предпрофильной и ранней профильной подготовки, формирование профильных групп учащихся.



## ◆ Бизнес-партнеры

профессиональные пробы, стажировки на предприятиях и в организациях Калининградской области

## ◆ Модули социогуманитарного профиля

- 1.«Коммуникативное пространство XXI век» и «Цифровая гуманитаристика»
- 2.«Креативные технологии в массовых коммуникациях»
- 3.«Технологии создания медийного проекта»

## ◆ Практикоориентированное обучение

Защита проектов

# Реализация образовательного процесса



Лекции, практические занятия, мастер-классы и проектная деятельность для школьников



Посещение пространств, соответствующих вектору обучения



Формирование заказов от профессионального сообщества

Открыл мероприятие руководитель департамента медиа Санкт-Петербургской школы гуманитарных наук и искусств **НИУ ВШЭ** **Никита Аргылъов**:

«Ребята продемонстрировали владение материалом, включенность в современную информационную повестку, проявили кругозор, эрудицию. За короткое время смогли мобилироваться и сделать актуальные медиапланы с подробными решениями. Проект позволил школьникам из разных образовательных учреждений оценить и проявить себя. Это прекрасно получается с такими педагогами и условиями, которые созданы в центре».

[#БФУ](#) [#будущеездесь](#) [#школьникам](#)



# Виды проектов

## Научные исследования

Медиапотребление  
современных подростков

Образ объекта в СМИ

Герои нашего времени

## Проектная работа по заказу организаций

Презентационные видеоролики  
Информационное сопровождение

## Авторские проекты и стартапы

Создание серии видеороликов  
Создание буклета

Создание серии фотографий

Создание контента для  
авторского паблика

## Организация мероприятий

Серия образовательных  
мероприятий для школ

Серия благотворительных  
мероприятий



# Коллаборация центров



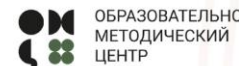
Проведение установочных мастер-классов и проектная деятельность для учителей и школьников



Конкурс портфолио и медиапланов: оценка экспертами федерального уровня



Практикоориентированное обучение



## РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС МАРАФОН «ПРОМЕДИА»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ, НАПРАВЛЕННЫЙ  
НА ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАКОМПЕТЕНЦИЙ  
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ШКОЛЬНЫХ ПРЕСС-ЦЕНТРОВ



# Темы Марафона «ПроМедиа»

## Тема 1

«В поиске новых смыслов: как организовать работу редакции и создать качественный контент»

## Тема 2

«Творческий проект: от идеи до реализации»;  
«Виды контента и медиапланирование»

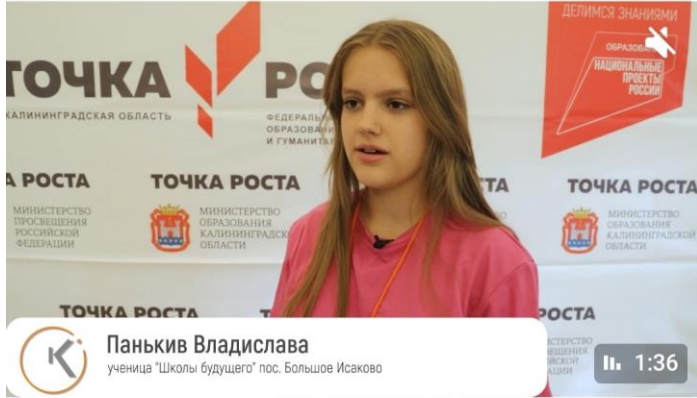
## Тема 3

«Медиаэкология киберпространства: угрозы и возможности цифровой среды»

## Тема 4

«Мультимедийные технологии в профессиональной деятельности»





**Панькив Владислава**  
ученица "Школы будущего" пос. Большое Исаково

1:36

### Марафон «ПроМедиа»: трек для команд школьных пресс-центров

5 996 просмотров

80

Нравится 16

5,4K

2 КОММЕНТАРИЯ



**Марина Семерякова**

Вы попали точно в цель! Все было настолько структурировано и полезно! Спасибо большое

29 окт 2022 в 21:41 Ответить

3



**Институт развития образования**

30 дек 2022 в 15:56 · Госорганизация

«Не запостил – не было»: подведены итоги конкурса видеосюжетов среди школьных пресс-центров. [Показать ещё](#)



68

1

7

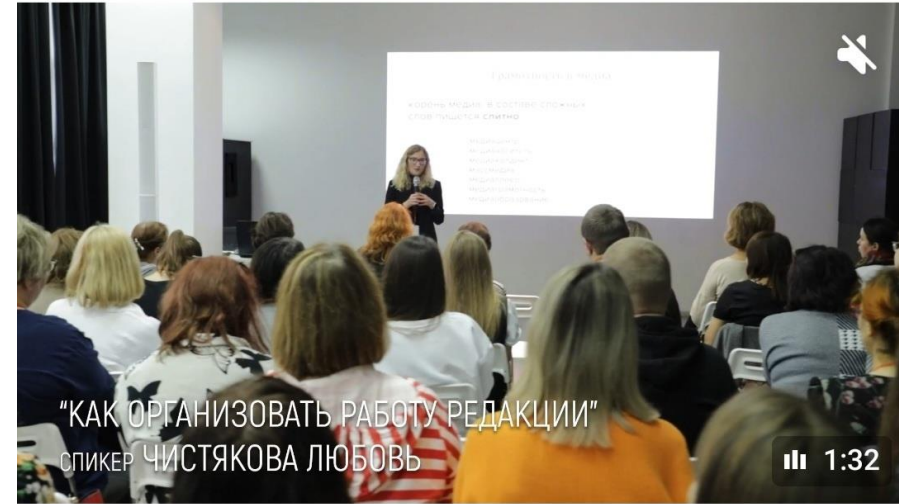
3,6K



**Институт развития образования**

29 окт 2022 в 19:00 · Госорганизация

Марафон «ПроМедиа»: на базе Школы креативных индустрий состоялась встреча руководителей школьных пресс-центров. [Показать ещё](#)



“КАК ОРГАНИЗОВАТЬ РАБОТУ РЕДАКЦИИ”

СПИКЕР ЧИСТЯКОВА ЛЮБОВЬ

1:32

### Марафон «ПроМедиа»: трек для руководителей...

3 783 просмотра

65

8

3,4K

# Основные направления работы медиацентра

## ◆ Управление образовательной деятельностью на базе медиацентра

Использование ресурсов медиацентра в обучении : образовательный контент, презентации, новые форматы

## ◆ Управление творческой производственной мастерской

Образовательные, просветительские, научные и социальные проекты, популяризирующие науку, культуру, продвигающие ценностные ориентиры; документальные, художественные, научно-популярные, образовательные фильмы /ролики; тематические и информационные программы (обзоры, интервью, анонсы и т.д.), интернет-проекты, подкасты; проекты, поддерживающие имидж организации.

## ◆ Медиалаборатория

исследования в сфере медиа;  
центр медиаграмотности и медиаэкологии;  
мониторинг профессиональных конкурсов и конференций



## ◆ Образовательная площадка «Мастер-класс»

проведение мастер-классов практикующих специалистов; площадка для творческих контактов.

## ◆ Центр продвижения творческих работ

- мониторинг международных и российских конкурсов, фестивалей для дальнейшего участия обучающихся;
- организация собственных фестивалей, конкурсов, выставок.

## ◆ Консультационный центр



# Стратегия развития медиаобразования в регионе

## Создание регионального центра медиаобразования

- образовательная,
- научная,
- практикоориентированная,
- консультационная,
- экспертная деятельность

## Организация выездных школ

опыт медиапедагогов Калининградской области и других регионов РФ

## Открытые встречи

творческие встречи, мастер-классы от практикующих специалистов



## Стимулирование активности

Творческие конкурсы, выставки, мероприятия, проведение летних и зимних школ

## Курсы повышения квалификации

Теоретические и практические модули

## Выездные школы пресс-центров

освещение городских мероприятий

## Подготовка к конкурсам, олимпиадам, конференциям



**Спасибо за внимание**

