



УДК 37

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ДЕТСКОЙ И ЮНОШЕСКОЙ
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Десяев С.Н.

доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский

Мордовский государственный университет»

г. Саранск

481795@mail.ru

Десяева Н.Д.

доктор педагогических наук, профессор департамента методики обучения,

институт педагогики и психологии образования

ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

г. Москва

desyaevand@mgpu.ru

Аннотация. Авторы статьи раскрывают педагогический потенциал детской и юношеской медиакоммуникации, под которой понимают процесс обмена в публичной сфере посредством технических инструментов информацией, имеющей социальную и личностную значимость. Особое внимание уделяется специфике медиакоммуникации, в которую включены школьники. В частности, указывается, что ее аудитория относительно однородна по возрасту и интересам, а также обладает неполной анонимностью – никнеймы участников отражают их имиджевые характеристики, значительная часть постов содержит информацию о личности автора и происходящих с ним событиях. Авторы публикации подробно останавливаются на функциях детской и юношеской медиакоммуникации и ее базовых признаках. В центре их

анализа оказывается ювенильная журналистика как наиболее управляемый обществом компонент данной разновидности медиакоммуникации.

Ключевые слова: медиакоммуникация, медийные процессы, функции, аудитория, социальная значимость, педагогический потенциал, ювенильная журналистика.

PEDAGOGICAL POTENTIAL OF CHILDREN AND YOUTH MEDIA
COMMUNICATIONS

Desyaev S.N.

*Doctor of Philology, Professor of the Department of Journalism,
National Research Mordovian State University*

Saransk

481795@mail.ru

Desyaeva N.D.

*Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Teaching Methods,
Institute of Pedagogy and Psychology of Education*

Moscow City University

Moscow

desyaevand@mgpu.ru

Annotation. *The authors of the article reveal the pedagogical potential of children's and youth media communication, which is understood as the process of exchange in the public sphere through technical tools of information that has social and personal significance. Particular attention is paid to the specifics of media communication, which includes schoolchildren. In particular, it is indicated that its audience is relatively homogeneous in age and interests, and also has incomplete anonymity - the nicknames of the participants reflect their image characteristics, a significant part of the posts contains information about the personality of the author and the events happening to him. The authors of the publication dwell in detail on the functions of children's and youth media communication and its basic features. The focus of their analysis is juvenile journalism as the most socially controlled component of this type of media communication.*

Keywords: media communication, media processes, functions, audience, social significance, pedagogical potential, juvenile journalism.

Введение

Под медиакоммуникацией понимают процесс обмена в публичной сфере посредством технических инструментов информацией, имеющей социальную и личностную значимость. В настоящее время в пространство медиакоммуникации включено не только радио, телевидение, электронные издания СМИ, но и социальные сети. Ученые отмечают, что важными признаками данной модели коммуникации являются массовая или групповая аудитория, социальная и/или личная значимость передаваемой информации, многоканальность, возможность адресата передать, перенаправить как полученное сообщение в целом, так и его интерпретацию (Богдановская, 2011; Войтик, 2013; Пескова, 2015).

К функциям медиакоммуникации относят следующие: 1) социальная адаптация и идентификация на основе трансляции и актуализации смысловой и оценочной информации; 2) формирование социальных групповых установок, которые в дальнейших коммуникационных процессах объединяют членов группы или общество в целом (Войтик, 2013, с. 29). Очевидно, что наличие данных функций, а также включенность в данные коммуникативные процессы носителей языка детского и юношеского возраста обуславливают их педагогический потенциал.

Постановка проблемы

Специфика медиакоммуникации, в которую включены школьники, может быть охарактеризована на основе конкретизации ее некоторых базовых признаков.

1. Аудитория современной медиакоммуникации характеризуется в целом как неоднородная, анонимная, локально распределенная. Однако если принимать во внимание тот факт, что школьники наиболее активно общаются в социальных сетях, выбирая каналы с учетом контента, возрастных

характеристик их участников, то аудитория детской и юношеской медиакommunikации относительно однородна по возрасту и интересам, а также обладает неполной анонимностью – никнеймы участников отражают их имиджевые характеристики, значительная часть постов содержит информацию о личности автора и происходящих с ним событиях.

2. Социальная значимость информации в медийных процессах, в которые включена молодежь, определяется интересами данной общественной группы. Контент детской и юношеской медиакommunikации определяется прежде всего интересом к личности человека в целом (к персонам звезд шоу-бизнеса, модных блогеров, представителям определенных социальных групп – студентов, носителей субкультуры и т. п.).

В целом к функциям детской и юношеской медиакommunikации целесообразно отнести следующие:

1) новостная, просветительская (в каналах обсуждаются новости, актуальные для той или иной группы, передаются знания, даются экспертные комментарии к событиям);

2) идентифицирующая (медиакommunikация позволяет молодым людям ощущать себя представителями определенного сообщества);

3) функция дистанцирования (молодежная медиакommunikация противопоставлена коммуникации в официальных каналах);

4) эмотивная (медийные социальные каналы дают возможность интенсивно выразить собственное эмоциональное состояние, отношение к предмету речи);

5) функция самовыражения (посты в молодежных каналах могут быть оформлены нестандартно, с игровым началом).

В каждой из названных функций присутствует развивающий аспект. Так, просветительская функция обеспечивает формирование картины мира человека, идентифицирующая и дистанцирующая – осознание личностью собственных интересов и границ, эмотивная функция обеспечивает проявление эмоционального компонента личности, функция самовыражения позволяет

проявляться творческому началу в человеке. Однако педагогический потенциал того или иного социального института определяется возможностями освоения личностью не только нового ментального пространства, но и норм его функционирования. Поэтому использовать медиакommunikацию в образовательном процессе важно как глобальный кейс, анализ которого позволяет человеку осознать нормы этикета, общения, самопредъявления в социуме.

Результаты исследования

Известно, что языковая личность школьника развивается в тот момент, когда он слушает и читает те или иные тексты, дошедшие до него из различных источников, в том числе из детских и молодежных средств массовой информации. В окружающем школьника текстовом пространстве их место значительно. К важным особенностям таких текстов относятся следующие. В первую очередь велико их воздействие на адресата, который под их влиянием начинает испытывать потребность произвести ответную речевую деятельность, откликнуться. Кроме того, именно с помощью текстов детских и молодежных средств массовой информации у обучающихся формируются представления об их социальном окружении. Объясняется это тем, что в них отражены факты и мнения, имеющие значение для каждого человека (например, вопросы речевого этикета, морали и т. п.) или для всего общества (например, спортивные достижения, полеты в космос, культурные события и т. п.).

Одной из важнейших особенностей детской и юношеской медиакommunikации является способность с ее помощью транслировать аудитории те или иные ценности общества (в сфере эстетики, морали, культуры, науки). Причем эта передача происходит не напрямую, а путем интерпретации фактов и явлений действительности, делающей их понятными адресату посредством их яркого изображения. Выражение подобного отношения к транслируемой информации находит ответную реакцию в душе и мыслях участника медийного процесса. Очевидно, что успешное решение данной задачи возможно только в коммуникативном пространстве, организованном в

соответствии с социальными нормами, обеспечивающем своим участникам чувство коммуникативной безопасности. Структурированное коммуникативное пространство организуется участниками, которые выступают в определенных социально значимых образах: лидера, человека команды, одиночки или оппозиционера.

Для лидера характерны прежде всего ориентация на базовые ценности культуры, проявление высокой степени уверенности в себе и в своей позиции.

Человек команды ориентируется на коллегиальность, на возможности разных подходов в обсуждении темы. Наиболее последовательно этот образ проявляется в количестве позитивных оценок («лайков»).

Одиночка не присоединяется ни к какой позиции, но и не оценивает негативно чужую позицию.

Образ оппозиционера отличается от лидера негативным отношением к принятой в сообществе позиции или к мнению, высказанному лидером.

Однако анализ молодежных медийных коммуникаций диалогического характера (включающих репосты, комментарии, оценки текстов и позиций их авторов) показывает, что рассмотренные выше маски неустойчивы, один и тот же участник общения может менять маску. Неустойчивость коммуникативного образа в целом характерна для молодежной среды. Но в медийном пространстве она подчеркивается оценками других участников, и коммуникация в целом может принимать агрессивный характер (с нарушением речевых, этикетных норм, логики построения высказывания и логики диалога в целом). Ощущение коммуникативной безопасности при этом снижается, а развитие необходимых социально-коммуникативных компетенций замедляется. Очевидно, что реализация педагогического ресурса медиакоммуникаций возможна лишь в условиях специального общения.

Наиболее управляемый обществом компонент детской и юношеской медиакоммуникации – ювентильная журналистика. В числе ее задач, признанных всеми, – воспитывать, обучать адресата, приносить ему радость. В целом же можно сказать, что главной функцией ювентильных СМИ является социализация,

другими словами – включение участника в определенное сообщество, ценности которого начинают играть для него ведущую роль.

Занятий по ювенильной журналистике (например, при организации кружковой работы), конечно, недостаточно, чтобы школьник чувствовал себя уверенно во всем медийном пространстве. Однако внимание ко многим компонентам данного направления работы позволяет развивать ряд медийных компетенций. Например – умения оформлять текст как медийный пост, развивать контент на основе внимания к конкретному факту, вести диалог и полилог и др. Так, например, основные принципы оформления газеты, традиционно реализуемые в журналистике (подчиненность формы содержанию, направленность оформления на определенного читателя, контрастность оформления, последовательность зрительных сигналов, единство стиля), актуальны и для постов дискуссионного характера, постов с комментарием и др.

Факт – традиционная категория журналистики – лежит в основе любой медийной публикации. Умение отбирать факты с определенными функциями (например, факты, удивляющие своей необычностью, заставляющие читателя взглянуть на мир иначе; факты, последствия которых важны для собеседника) необходимо для реализации коммуникативной задачи в медиапространстве.

Заключение

Таким образом, реализация педагогических функций детской и юношеской коммуникации возможна при условии внимания к медийным событиям как к образовательным кейсам и к нормам детской и ювенильной журналистики как к ориентирам, опираясь на которые участник общения формирует свой медийный образ.

Литература

1. Богдановская И.М. (2011) Медиакоммуникация. *Universum: Вестник Герценовского университета*, 2011, 8, 77–80.
2. Войтик Е.А. (2013) К вопросу определения медиакоммуникации как понятия. *Открытое и дистанционное образование*, 2013, 1, 26–31.

3. Десяев С.Н. (2022) Ювенильная журналистика как образовательная практика. *Мир науки. Педагогика и психология*, 2022, 4. Получено с: <https://mir-nauki.com/PDF/36PDMN422.pdf>

4. Десяева Н.Д. (2018) Детская журналистика как социализирующая среда. *Начальное филологическое образование и подготовка учителя в контексте проблемы социализации личности: материалы международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов*. Ответственный редактор Т. И. Зиновьева. М.: Перо, 29–32.

5. Пескова Е.Н. (2015) Медиакоммуникация и медиадискурс: подходы к определению понятий, структура и функции. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 2015, 2, 26–30.