

УДК 378:070

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЕ НА ТВОРЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЯХ

Ржанова Светлана Александровна¹,

д-р культурологии, профессор,

e-mail: rzanova@mail.ru,

¹ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», г. Саранск, Россия

На фоне усиливающейся коммерциализации системы высшего образования необходима разработка действующих стратегий по привлечению потенциальных абитуриентов в вузы и презентации широкому кругу потребителей комплекса образовательных услуг. Если теория журналистики необходима для формирования базовых принципов журналистской деятельности, то медиаобразование помогает осознать как эта деятельность и продукт этой деятельности интегрируются коммуникативными процессами в обществе. Поэтому целью статьи является анализ медиатехнологий на этапе подготовки абитуриентов в выборе творческой специальности, к которой принадлежит профессия журналист. Кафедра журналистики ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», отслеживая и анализируя актуальные вопросы современной концепции медиаобразования, с 2007 г. организовала и внедрила в практику своей работы «Школу молодого журналиста», служащую экспериментальной площадкой апробации медиаресурсов. Материалы статьи демонстрируют направления профориентационной работы кафедры, в частности, и вуза в целом.

Ключевые слова: профориентационная работа, журналистика, абитуриент, обучение, умение, навыки, медиаобразование

EDUCATIONAL TECHNOLOGIES IN CAREER GUIDANCE COUNSELING FOR CREATIVE SPECIALTIES

Rzhanova S.A.¹,

doctor of cultural studies, professor,

e-mail: rzanova@mail.ru,

¹FSBEI HE "N.P. Ogarev National Research Mordovia State University", Saransk, Russia

At the time when the commercialization of the higher education system is increasing, it is necessary to improve existing strategies for attracting potential applicants to universities and presenting educational services to a wide range of consumers. If the theory of journalism is necessary for developing the basic principles of journalistic activity, then media education helps to understand how this activity and the products of this activity are integrated by communicative processes in society. Therefore, the purpose of the article is to analyze media technologies at the stage of preparing applicants to choose creative specialties, one of which is the profession of journalist. The Department of Journalism of Ogarev Mordovia State University monitors and analyzes topical issues of the media education modern concept. Since 2007 the Department has organized "School of Young Journalists", which serves as an experimental platform for testing media resources. The article presents the areas of the career guidance counseling of the Department, in particular, and the University as a whole.

Keywords: career guidance counseling, journalism, applicant, training, skills, media education

DOI 10.21777/2500-2112-2021-2-26-31

Введение

Система профессионального образования журналистов, отличаясь творческим характером и являясь комплексным процессом, предполагает одновременно как планомерное внедрение инновационных методов обучения, так и активное использование наиболее ценных элементов исторических традиций преподавания. Следует напомнить о современности педагогической методологии профессора русской словесности Московского университета С.П. Шевырева, который считал журналистику одним из ключевых факторов распространения просвещения в обществе. Сегодня существует необходимость в формировании медиаобразования как структурно-функционального единства, поскольку информационное пространство дает возможность для открытия множества миров, позволяет узнавать о системе ценностей того социума, которому принадлежит человек.

Материалы и методы

Материалами исследования послужили учебно-методические материалы, регламентирующие учебную и научно-практическую деятельность «Школы молодого журналиста» при кафедре журналистики ФБГОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева» за 2007–2020 гг.

Цели и задачи проекта – масштабировать профориентационную работу в регионе; привлечь внимание старшеклассников и родителей к деятельности вуза в целом и филологического факультета в частности; информировать потенциальных абитуриентов о новых возможностях в области обучения и коммуникации; собрать данные о возможных участниках информационно-коммуникационного процесса в регионе и за его пределами.

Основное внимание акцентировалось на рабочей программе дисциплин «Школы», учебных и календарных планов (очного и заочного отделений), конкретных материалах проведения лекционных, практических, творческих и выездных занятий, мастер-классов и тренингов приглашаемых журналистов-практиков. Для этого были заключены договоры на оказание образовательных услуг и информационно-коммуникационного сопровождения с Союзом журналистов Республики Мордовия, ФГУП ВГТРК «Мордовия», «НТМ» («Народное телевидение Мордовии»).

Настоящая статья подготовлена на основе анализа нормативных документов, отечественных и зарубежных исследований, посвященных вопросам реализации инновационных подходов в профориентационной деятельности университетов.

Ряд западных работ на тему рекрутинга потенциальных студентов затрагивают вопросы использования механизмов цифровых технологий и социальных медиа в данном направлении деятельности. Вопросы реализации профориентационной деятельности университетов и рекрутинга студентов отражены в работах П. Рассел [11]. В частности, им приводятся результаты эффективности использования социальных медиа в работе с потенциальными студентами вуза. Полезен опыт работы финских коллег [4].

В России стратегии медиаобразования исследовались многими учеными: Авралева Н.В., Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. [1], Журкина А.Я., Сергушин Е.Г., Сергушина О.В. [2], Корконосенко С.Г. [3], Спичкин А.В. [8], Федоров А.В. [9], Якушина Е. [10], и др.

О массмедиа как особом социальном институте эпохи модернизации, о развитии новых информационных технологий и их влиянии на личность и общество в целом размышляют многие отечественные исследователи: Лизунова И.В [5], Ржанова С.А. [6], Романенко Н.М. [7].

Обсуждение

Поскольку медиаобразование принимает активное участие в социокультурной модернизации, то оно играет особую роль в системе воспитания молодежи. Следует отметить положительный опыт Финляндии, где «финская программа медиаобразования начала зарождаться еще в 1950 годах, и за все время существования менялся только объект исследования: от кино и телевидения до музыкальных клипов и интернета» [4, с. 112]. Соответственно в медиаобразовании насущными являются общетеоретические аспекты образования.

На кафедре журналистики ФБГОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева» разработана стратегия, в соответствии с которой специалисты кафедры изучают рынок потенциальных потребителей и формируют основные и второстепенные направления работы.

На начальном этапе разрабатывается общий и несколько видов конкретных сценариев, имитирующих возможное развитие ситуации в период приемной кампании на основе контрольных цифр плана приема и уровня среднего балла ЕГЭ по профильным предметам. Сюда включается работа с источниками, статистическими данными и учет опыта предыдущего учебного года. На следующей стадии производится территориальный зондаж по уровню запросов потенциальных абитуриентов школ на предмет выяснения уровней притязаний старшеклассников.

Маркетинговый характер профориентационной деятельности носит анализ отбора абитуриентами предметов на ЕГЭ, сопоставление данных по районам города и республики, учет волеизъявлений и возможностей. Эффективным компонентом в профориентационной работе можно назвать мероприятия, включающие в себя формирование устойчивого образа вуза и искомой специальности как единого целого в системе образовательных услуг с демонстрацией актуальных точек и сторон, на которые необходимо будет обратить внимание при дальнейшем выборе соответствующей специальности. Сюда включаются данные об общем рейтинге вуза, объеме оказываемых платных услуг, привлекательность конкретной специальности, ее престижа, личный рейтинг педагогического состава, публикационная активность членов кафедры, обеспеченность литературой и оборудованием, инфраструктура студенческого городка, транспортная сеть, условия проезда, проживания и питания, формы и направления студенческой жизни, системы поощрения успевающих студентов, условия для отдыха, спорта и творчества, внеучебная деятельность.

За 13 лет успешной деятельности «Школы» кафедрой сформированы комплекты документов, нормативных актов, приказов, рабочих программ, учебных планов, тематики лекционных, творческих, лабораторных и выездных занятий для очной и заочной (ребят, проживающих вне города и других регионах) форм обучения. Это позволило адаптировать слушателей (эмоционально, психологически) к условиям функционирования в профессиональной деятельности; начать выработку компетенций соответствующих уровней умений и навыков; подготовить к освоению начальных знаний и умений профессионального уровня; сформировать критерии социального взаимодействия на межличностном уровне; познакомить слушателей со структурой, объектами, типами средств массовой коммуникации в регионе; выработать необходимые навыки общения, профессиональные умения и компетенции; скорректировать зазор между восприятием будущей профессии и реалиями; спроецировать полученные в школе знания и навыки на восприятие новых образовательных концептов.

Профориентационные замеры проводятся непрерывно как на отдельных участках закрепленной за каждым преподавателем территории, так и в целом по региону. Преподаватели кафедры ведут работу с конкретными школами, выезжают в районы республики Мордовия, проводят Дни открытых дверей филологического факультета, налаживают личные контакты с потенциальными абитуриентами и их родителями.

На всех этапах профориентационной работы важно информационное сопровождение. Оно осуществляется через работу с потенциальной аудиторией в разных форматах: лично, в социальных сетях, через сайт вуза и факультета, через региональные СМИ. Это не только создание рекламных и PR-материалов, распространение буклетов, но и видеоролики о престижности профессии журналиста.

В тесном взаимодействии с базовыми изданиями, телерадиовещательными компаниями, научными библиотеками, музеями, театрами преподаватели кафедры проводят занятия, встречи, мастер-классы, беседы с ведущими региональными журналистами, теоретиками и практиками журналистики, творческими людьми разных профессий, показывая весь спектр деятельности региональных СМИ, векторы развития профессиональной среды. Цель данных занятий – раскрыть суть творческой деятельности, творческие перспективы, мотивы поведения в различных ситуациях, отработать начальные навыки (технические, психологические, личностные), заострить внимание на повседневных профессиональных обязанностях, оговорить границы правового поля, профессиональные ресурсы и компетенции.

Обучение в «Школе» составлено с учетом возрастных и психологических особенностей слушателей. Занятия дают возможность проявить себя в качестве начинающего репортера, автора, дизайнера, специали-

ста по рекламе и ПР, новым медиатехнологиям. Навыки и умения оцениваются путем творческих заданий и конкурсов, зачастую в игровой форме; результаты обсуждаются в группе; индивидуальные достижения фиксируются. Обучение носит интерактивный характер, исходит из индивидуальных способностей каждого слушателя. Курс завершается выдачей соответствующего сертификата, дающего право поступления на филологический факультет, специальность «Журналистика», и дополнительные баллы при собеседовании.

Новые формы работы и контактов с потенциальными абитуриентами потребовали внедрения в практику работы взаимодействие в разных сферах медиа. Поэтому часть рекламных акций и наглядных материалов была перенесена в социальную сеть (ВКонтакте). Здесь она выступает под названием «Со-старт» («Так что начни!») и позиционируется в виде паблика <https://vk.com/public180402538>

ДЛЯ УЧАСТНИКОВ:

- + знакомство с ведущим вузом РФ (62-е место в рейтинге 100 лучших вузов России);
- + получение начальных знаний, умений и навыков в области медиамаркетинга;
- + сертификат об окончании;
- + льготы при поступлении;
- + экскурсии на базовые медиаобъекты;
- + проектная деятельность;
- + творческая лаборатория.

ДЛЯ РОДИТЕЛЕЙ:

- + моделирование будущей профессии;
- + стабильное трудоустройство в ведущие СМИ региона;
- + возможность выбора специализации;
- + профессиональное сопровождение.

COURSE (курсы):

- + актуальные проблемы современной журналистики;
- + творческие горизонты региональных СМИ;
- + зарубежная журналистика финно-угорских стран.

MENTORS (наставники):

+ ведущие специалисты кафедры журналистики (кандидаты и доктора наук в области филологии, журналистики, социологии, культурологии) + ведущие журналисты и авторы региональных СМИ.

Информационная среда позволяет молодым людям самоидентифицироваться как личности, помогает преодолевать социальную апатию, побуждает к инициативе, самостоятельности, диалогу. И как закономерный процесс выглядит набирающая популярность в социуме гражданская журналистика.

Историческое развитие показывает переакцентацию в функциональной направленности массовой информации в социуме. Информация перестала быть только ресурсом создания информационной базы. Информационная среда необходима человеку для социального взаимодействия.

Основным признаком процесса российской модернизации стал медиабум – бурное развитие средств массовой коммуникации, в особенности электронных. Как следствие, понимание информации как выбор альтернатив и новая стратегия выстраивания диалога в обществе. В подобной связи актуальными представляются не только способы и средства формирования массмедийной культуры «движущей силы социокультурной модернизации рубежа эпох» [5, с. 12].

Сегодня в России полным ходом идет культурное проникновение в региональное информационное пространство. С.Г. Корконосенко полагает, что «российская школа журналистики является элементом устойчивой цивилизационной матрицы, и ее радикальные изменения влекут за собой деструктивные последствия. Вопрос об абсолютном лидерстве снимается в пользу признания ценности многих самобытных школ.

Перед журналистской наукой и педагогической практикой стоит актуальная задача: преодолевая синдром периферийности, выявить и структурировать комплекс приоритетов, который сочетал бы в себе традиционные теоретические ценности, прогрессивный мировой опыт и вопросы практической журналистики [3, с. 315].

Исходя из всего вышесказанного, следует еще раз выделить роль медиаобразования как важного фактора новой медиасреды. «Причем в перспективе в условиях информатизации и дальнейшей медитизации

российского общества роль медиакультуры для социума и личности будет только возрастать. Это подтверждает необходимость ее изучения» [6, с. 114]. Медиасреда трансформирует социокультурную сферу, способствует формированию и развитию интеллекта, критического мышления, нравственной культуры личности XXI в., готовой существовать и взаимодействовать в цивилизованном демократическом обществе.

Заключение

Концепция медиаобразования, реализуемая на кафедре журналистики, включает в себя следующие компоненты:

- реализация компетентностного подхода;
- индексирование проектной базы;
- профориентационные схемы с акцентом на сотрудничество на уровне школы;
- презентация вузовского контента и демонстрация различных моделей обучения;
- технологии личного роста и самопрезентации;
- профессиональная ориентация старшеклассников;
- формирование необходимых профессиональных умений и навыков;
- разработанные мобильные методики обучения;
- реализация образовательных проектов на базе Союза журналистов Республики Мордовия.

По итогам деятельности «Школы молодого журналиста» за период с 2007 по 2019 гг. проведенного исследования, направленного на определение эффективности профориентационных мероприятий университета, а также причин и факторов, оказывающих доминантное влияние на мнение абитуриентов в процессе принятия решения о выборе вуза, получены следующие показатели:

- количество слушателей, прошедших обучение в «Школе», – 118 человек;
- средний возраст слушателей – 16,4 года;
- половой состав: юноши – 8%, девушки – 92%;
- количество получивших сертификаты об окончании курсов – 109 человек;
- количество поступивших на специальность «Журналистика» и успешно закончивших обучение в вузе – в среднем каждый третий слушатель.

Проведен анализ (количественный и качественный) мотивов выбора «Школы» потенциальными абитуриентами и их родителями в качестве подготовительного (промежуточного) этапа между школой и вузом; состава слушателей: возраст, увлечения, эмоциональная сфера, свобода выбора, ответственность, творческие способности, обучаемость, профессиональные навыки и умения и пр.; уровня притязаний будущих абитуриентов; степень их готовности к профессиональной деятельности.

Список литературы

1. Авралев, Н.В. Инновационные подходы к развитию системы рекрутинга студентов университета / Н.В. Авралев, И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук // Интеграция образования. – 2017. – Т. 21. – № 2. – С. 247–261.
2. Журкина, А.Я. Теоретические аспекты формирования социально-профессионального самоопределения учащихся образовательных организаций / А.Я. Журкина, Е.Г. Сергушин, О.В. Сергушина // Интеграция образования. – 2016. – Т. 20. – № 1. – С. 29–36.
3. Корконосенко С.Г. Школы журналистики: преодолевая синдром периферийности // Журналистика в 2017 году: творчество. Профессия. Индустрия. Сб. матер. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Медиа-Мир; Фак-т жур-ки МГУ им. М.В. Ломоносова, 2018. – 616 с.
4. Котилайнен С., Купиайнен Р. Медиаобразование в Финляндии: оценка уровня медиаграмотности учащихся 9 классов // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2014. – № 10. – С. 14–16.
5. Лизунова И.В. Медиакультура как фактор социокультурной модернизации России // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2017. – Т. 6. – № 2. – С. 11–14.
6. Ржанова С.А. Речевая культура как феномен массовой коммуникации. – Саранск: изд. Мордов. ун-та, 2005. – 212 с.

7. Романенко Н.М. Психолого-педагогические условия формирования профессиональной ответственности у журналиста-международника в нераспространении «фейковых новостей» // Интеграция образования. – 2019. – Т. 23. – № 2. – С. 247–264. DOI: 10.15507/1991-9468.095.023.201902.247-264
8. Спичкин А.В. Что такое медиаобразование? Книга для учителя / А.В. Спичкин. – Курган, 1999. – 114 с.
9. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: учеб. пособие для вузов. – Таганрог, 2004. – 65 с.
10. Якушина Е.В. Медиаобразование в сети Интернет // ИТО. – 2000. – 15 с.
11. Russell P. Survey finds educational institutions developing social media policies, struggling with resources and measurement. Trends in Higher Education Marketing, Recruitment, and Technology. – 2014. – 260 p. Available at: <https://www.hanoverresearch.com/media/Trends-in-Higher-Education-Marketing-Recruitment-and-Technology-2.pdf> (accessed: 21.06.2021).

References

1. Avralev, N.V. Innovacionnye podhody k razvitiyu sistemy rekrutirovaniya studentov universiteta / N.V. Avralev, I.N. Efimova, A.V. Makovejchuk // Integraciya obrazovaniya. – 2017. – Т. 21. – № 2. – С. 247–261.
2. Zhurkina, A.Ya. Teoreticheskie aspekty formirovaniya social'no-professional'nogo samoopredeleniya uchashchihsya obrazovatel'nyh organizacij / A.Ya. Zhurkina, E.G. Sergushin, O.V. Sergushina // Integraciya obrazovaniya. – 2016. – Т. 20. – № 1. – С. 29–36.
3. Korkonosenko S.G. Shkoly zhurnalistiki: preodolevaya sindrom periferijnosti // Zhurnalistika v 2017 godu: tvorchestvo. Professiya. Industriya. Sb. mater. mezhdunar. nauch.-prakt. konf. – М.: MediaMir; Fak-t zhur-ki MGU im. M.V. Lomonosova, 2018. – 616 s.
4. Kotilajnen S., Kupijajnen R. Mediaобразование в Финляндии: оценка уровня медиаграмотности учащихся 9 классов // Media. Informaciya. Kommunikaciya. – 2014. – № 10. – С. 14–16.
5. Lizunova I.V. Mediakul'tura kak faktor sociokul'turnoj modernizacii Rossii // Interekspo Geo-Sibir'. – 2017. – Т. 6. – №2. – С. 11–14.
6. Rzhanova S.A. Rechevaya kul'tura kak fenomen massovoj kommunikacii / S.A. Rzhanova. – Saransk: izd. Mordov. un-ta, 2005. – 212 s.
7. Romanenko N.M. Psihologo-pedagogicheskie usloviya formirovaniya professional'noj otvetstvennosti u zhurnalista-mezhdunarodnika v nerastrostranении «fejkovyh novostej» // Integraciya obrazovaniya. – 2019. – Т. 23. – № 2. – С. 247–264. DOI: 10.15507/1991-9468.095.023.201902.247-264
8. Spichkin A.V. Chto takoe mediaобразование? Kniga dlya uchitelya. – Kurgan, 1999. – 114 s.
9. Fedorov A.V. Mediaобразование i mediagramotnost': ucheb. posobie dlya vuzov. – Taganrog, 2004. – 65 s.
10. Yakushina E.V. Mediaобразование в сети Internet // ИТО. – 2000. – 15 с.
11. Russell P. Survey finds educational institutions developing social media policies, struggling with resources and measurement. Trends in Higher Education Marketing, Recruitment, and Technology. – 2014. – 260 p. Available at: <https://www.hanoverresearch.com/media/Trends-in-Higher-Education-Marketing-Recruitment-and-Technology-2.pdf> (accessed: 21.06.2021).