

РОЛЬ МЕССЕНДЖЕРОВ В РАЗВИТИИ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Цепкова Д. О.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

danevada@mail.ru

На современном этапе развития общества человек подвержен информационной атаке. Огромный поток информации исходит из различных источников. Сначала это была бумажная пресса, затем радио, телевидение и впоследствии интернет. Информация, проходящая через эти каналы, может быть как позитивной, так и негативной. Второй тип наиболее характерен для современного общества. Средства массовой информации играют большую роль на влияние той или иной новости в социуме. Они способны воздействовать на людей и манипулировать их чувствами и эмоциями. Подрастающее поколение наиболее подвержено к негативу со стороны СМИ, где наибольшую роль играет интернет, так как именно он является одним из основных источников развлечений. Просмотр фильмов, видео, компьютерные игры и общение в социальных сетях – основной вид развлекательной деятельности молодежи. Молодым людям, которые еще не имеют жизненного опыта, бывает трудно оценить и отобрать достоверную и нужную информацию, вследствие чего они находятся в полной власти медиа. Информация, полученная подростками, носит агрессивный характер, не прививает человеческих ценностей, учит неправильным вещам. В связи с этим возникает острая необходимость введения в учебный процесс медиаобразования, начиная с дошкольных заведений и заканчивая высшими учебными заведениями.

Медиаобразование – относительно новое направление, исторические корни которого базируются в разных странах в силу политических, идеологических, методологических и других причин. С этим связаны и различные основания, цели и задачи центральных теоретических подходов и концепций. А. В. Шариков предлагает рассматривать медиаобразование как «Процесс формирования у человека культуры медиатизированной социальной коммуникации. Обучение искусству понимания социального, политического и экономического контекста сообщений, идущих по медийным каналам. Речь идет не только и не столько о восприятии художественных медиатекстов, но также и об адекватном восприятии социально обостренных и, прежде всего, новостных материалов. Важно развить и симметричное действие - умение выразить свои мысли языком медиа, языком не только в строго лингвистическом, но и в более общем смысле - языком телевидения, радио, прессы, Интернета. Умение выступить в СМИ - одно из фундаментальных умений, обеспечивающих качество демократии. И если средства массовой информации являются неотъемлемой частью демократического общества, то навыки работы со СМИ, как в качестве грамотного реципиента, так и грамотного коммуникатора, чрезвычайно важны для понимания социальных действий других и выражения интересов тех социальных сил, к которым относится человек».

На современном этапе медиаобразование официально введено в школьные и вузовские курсы многих стран. Признанными лидерами медиапедагогики в мире являются Венгрия, Сербия, Словения и другие. Опыт ведущих западных стран в области медиаобразования чрезвычайно важен для отечественных исследователей, так как основные теоретические и методические положения медиапедагогики берут начало именно из западных научных школ.

Медиаобразование - это одно из направлений, которое нацелено на изучения вопросов массовой коммуникации.

Главной задачей медиаобразования является подготовка нового поколения к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, вне зависимости от контекста. Человек должен научиться понимать информацию, анализировать ее, осознавать последствия воздействия на психику, овладевать способами

общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств. Сейчас одним из важных каналов получения информации является мессенджер, поэтому возник интерес к медиаобразовательному потенциалу этого способа доставки контента.

Мессенджер – это приложение, которое позволяет мгновенно обмениваться текстовыми и аудио сообщениями, звонками и использовать видеосвязь. Мессенджеры вытеснили SMS-сообщения и стали альтернативой заменой звонкам. Социальные сети и мессенджеры на сегодняшний день являются мощным инструментом распространения информации. Молодое поколение, стремящееся к экономии времени и языковых средств, выбирает мессенджеры и социальные сети, которые позволяют отправлять и получать краткие сообщения, часто мультимедийные (Twitter, VK, Telegram и т. д.).

Например, помимо обмена сообщений и фотографиями, в мессенжере Telegram можно создавать каналы и находить подписчиков по интересам. Согласно сайту telemetr.me мессенджер насчитывает 274 178 русских каналов с аудиторией в 1 642 774 798 подписчиков и 49 тематик. Категория «Образование» насчитывает 350 каналов с аудиторией 2 049 482 подписчиков.

Топ 3 каналов категории: «Мое образование» - 323 755 подписчиков; «Лекториум» - 157 685 подписчиков; «N + 1» - 37 032 подписчиков. Все каналы объединены тем, что на них выкладывают курсы, лекции, образовательные подборки на абсолютно разные образовательные темы.

Мессенджеры являются очень удобным и быстрым способом для авторов распространять свой материал. Помимо классических новостей, в мессенджерах можно подписаться на каналы по интересам. Например, канал «Мое образование» насчитывает 323 755 подписчиков. В нем публикуются лекции, вебинары, курсы на разные темы от архитектуры и культуры до программирования, SMM, маркетинга и финансовой грамотности. В описании указано «...курсы от настоящих экспертов. Для тех, кто осознал, что образование не заканчивается дипломом». Каждое сообщение сопровождается GIF-картинкой для привлечения внимания.

Еще одна группа по интересам – это «Лекториум». Она насчитывает 157 685 подписчиков и похожа на канал «Мое образование». Почти каждый пост сопровождается GIF, небольшим описанием и ссылкой на видео.

На канал «N + 1» подписано 37 032 человека. Это российское издание, которое делает акцент только на науку и технологии. Каждый пост сопровождается небольшим текстом, картинкой и ссылкой на видео лекцию.

Telegram в данном случае выступает новой формой социального образования, которая предоставляет целый перечень инструментов для взаимодействия.

По мнению многих исследователей в области образования, на первое место начинает выходить информатизация обучения, которая происходит сейчас и в связи с этим образование в классическом понимании уже уходит на второй план. Большая часть образовательного контента, который существует в мессенджерах и социальных сетях не преподается в университете. Не существует факультетов, которые преподавали бы, например, SMM или Фитнес. В мессенджеры и социальные сети приходят люди, которые не хотят осваивать новую профессию в рамках университета. Они приходят за новой специальностью, которую смогут осилить в течение нескольких месяцев и сразу начать работать.

Надо отметить, что аудитория готова за данный контент платить. В Telegram существуют группы, где публикуются курсы разной направленности как бесплатно, так и за небольшую стоимость. Одна из таких групп называется «ПРОкурсы» 22 758 подписчиков. В группе можно найти PDF-файл полного курса из разных сфер, где за один-два месяца можно обучиться новой профессии. Например, курсы по активным продажам, по созданию образовательного продукта, по продюсированию, таргету, дизайну и другое.

Мессенджеры, а в данном случае Telegram, является площадкой не только для общения, но и для обучения.

Таким образом, мы должны признать существенное влияние мессенджеров и социальных сетей на образование, а также максимально объективно оценивать их значение как элемент культуры в современном мире.

К сожалению, ценность использования в качестве образовательной платформы мессенджеров и социальных сетей не достаточно оценена на сегодняшний день. Многие скептически воспринимают возможность использования данного способа в качестве средства обучения, так как традиционно, у людей старшего поколения, интернет воспринимается как среда развлечения и проведения свободного времени. В последнее время исследователи изучают новые сферы применения социальных платформ в различных направлениях деятельности человека. В ближайшее время характер социализации будет стремительно усиливаться.

Выбор мессенджеров в качестве платформы для обучения имеет ряд аргументов. Они построены на общении не только один на один с собеседником, но и внутри группы. Можно производить обмен информацией, ее поиском и интеграцией с другими сайтами и приложениями. В последнее время у блогеров имеют большую популярность курсы на разные темы, которые они самостоятельно создают и хотят поделиться с аудиторией. Как правило, в рамках курса создается групповой чат, в котором участники могут знакомиться, делиться информацией, рассказывать о своих успехах и быть частью группы. Помимо общения между студентами, размещение образовательного ресурса автоматически устанавливает прямую эффективную коммуникацию между преподавателем и студентом.

Тенденции активного развития образовательного контента в мессенджерах создают ситуацию, когда всеохватность аудитории и одновременное использование максимального количества предоставляемых современных технологий переводят образовательную активность на абсолютно другой, значительно более высокий уровень. Мессенджеры и социальные сети – это не просто возможность пообщаться, это важный образовательный инструмент.

Список литературы:

1. Шариков, А. В. Так что же такое медиаобразование? / А. В. Шариков // Медиаобразование. - 2005. - № 2. – С. 58.
2. Медиаобразование: опыт и перспективы. Межвузовский сборник Выпуск 1. Воронеж, 2016 - 94-96 с.
3. Погосян В.А. Коммуникация в виртуальной образовательной среде // Новые образовательные стратегии в современном информационном пространстве, 2012 - 67-70 с.
4. Поплаухин А.Б., Коммуникации при помощи мессенджеров в школьном сообществе: социологический анализ, - 40-43 с.
5. Международный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». Михеева Е.Н. Медиаобразование: новые подходы и аудитория, 2017 – 2-4 с,
6. Абрамова, О. М. Использование социальных сетей в образовательном процессе / О. М. Абрамова, О. А. Соловьева. Молодой ученый. — 2016. — № 9 (113). — С. 1055-1057.