

2. Волков, Ю. Г. Человек : Энциклопедический словарь [Текст] / Ю. Г. Волков – М. : Гардарики, 2000. – С. 74 – 81.
3. Градюшко, А. А. Основные тренды развития Интернет-СМИ на современном этапе [Текст] / А. А. Градюшко. – Минск. : БГУ, 2009. – 114 с.
4. Засурский, Я. Н. Информационное общество и СМИ [Текст] / Я. Н. Засурский // Информационное общество. – 1999. – Вып. 1. – 64 с.
5. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати [Текст] / А. А. Тертычный // Учебное пособие. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 165 с.
6. Ученова, В. В. Метод и жанр: Диалектика взаимодействия [Текст] / В. В. Ученова – М. : Аст, 1982. – 78 с.

**Бльох Е. А.**

## **СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ ВКОНТАКТЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНЦИЙ ПОДРОСТКОВ В РАМКАХ ШКОЛЬНОГО ПРЕСС-ЦЕНТРА**

*Социальные сети стремительно вошли в жизнь человека более десяти лет назад. В России насчитывается около десятка социальных сетей: Одноклассники, Facebook, Mail.ru и др. В нашей статье мы рассмотрим использование возможностей одной из самых популярных сетей – ВКонтакте в развитии медиакомпетенций подростков. Пресс-центр «Влияе» МБОУ «Лицей № 88 г. Челябинска» существует уже пять лет. Это конвергентная редакция, которая занимается не только выпуском медиапродуктов (газета, радио, интернет-страница, телесюжеты), но также воспитанники пресс-центра – актив лица. Мы реализуем социальные проекты, организуем школьные и районные мероприятия, принимаем участие в конкурсах разного уровня. Мы создали универсальное медиапространство в лицее, доступ к которому имеется у каждого участника образовательного процесса. Какой самый популярный медиапродукт, созданный участниками пресс-центра? Какие возможности открывает сегодня интернет? И, наконец, как использовать социальную сеть ВКонтакте для развития медиакомпетенций подростков? На все эти вопросы вы найдёте ответы в нашей статье. Также мы определили возможности и риски, которые даёт доступ к социальной сети ВКонтакте.*

**Ключевые слова:** медиаобразование, медиакомпетентность, социальная сеть, ВКонтакте, медиапродукт.

Необходимость развития медиакомпетентностей подростков в современном мире с каждым днём становится актуальнее. Разнообразие средств массовой информации связано с появлением интернета. Молодёжные СМИ занимают не последнее место, а может быть и доминирующее в формировании медиакомпетентностей подростков. Ведь кому, как не самому подростку, рассказывать о своих проблемах, переживаниях, показывать картину мира через призму своего возраста? О важности молодёжных СМИ говорится в статье С. И. Симаковой «Молодежные СМИ как феномен медиасфера» [8. С. 93].

Для того, чтобы понимать что такое медиаобразование и какие именно медиакомпетентности мы развиваем, обратимся к основным понятиям. В работе Ю. А. Мальцевой «Анализ медиаобразовательной деятельности Средств массовой информации России и Германии» отмечено, что И. А. Фатеева даёт следующее определение понятию «медиаобразование»: «...это организованный и устойчивый процесс коммуникации, порождающий обучение как производству массмедиа, так и пользованию ими» [4. С. 14].

Разбираясь с вопросом формирования медиакомпетентностей, С. И. Симакова рекомендует придерживаться определения и классификации, предложенных А. В. Фёдоровым. По мнению ученых, медиакомпетентность – умение использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме [10. С. 162]. Далее исследователь отмечает, что А. В. Федоров предлагает следующую классификацию показателей медиакомпетентности личности:

- 1) мотивационный – мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические;
- 2) контактный – частота общения (контакта) с медиа и произведениями медиакультуры (медиатекстами);
- 3) информационный – знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации;
- 4) перцептивный – способности к восприятию медиатекстов;
- 5) интерпретационный (оценочный) – умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме и медиатексты разных видов и жанров на основе определенных уровней развития медиавосприятия и критического мышления;
- 6) практико-операционный (деятельностный) – умения выбирать те или иные медиа и медиатексты, создавать / распространять собственные медиатексты, умения самообразования в медийной сфере;
- 7) креативный – наличие творческого начала в различных аспектах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской) [10. С. 162].

Итак, определив основные понятия в теории медиаобразования, рассмотрим как это происходит на практике.

Отличной площадкой для развития медикомпетенций является интернет. А именно социальные сети. Социальная сеть ВКонтакте является своеобразным катализатором для развития медиакомпетенций подростков. Виртуальное общение облегчает взаимодействие с участниками пресс-центра, поскольку не всегда есть возможность собраться в реальной жизни. Как руководитель пресс-центра не могу не отметить удобство общения с ребятами в социальной сети ВКонтакте. Дети присылают свои работы через личные сообщения, имеют возможность задать вопрос в любое время суток. Быстрый доступ к информации позволяет участникам группы, и не только, получать оперативные данные.

В 1954 году термин «социальная сеть» был введен Джеймсом Барнсом социологом «Манчестерской школы». Современное понятие в простом виде означает некий круг знакомых человека, где есть сам человек – центр социальной сети, его знакомые – ветви этой социальной сети и отношения между этими людьми – связи. В Интернете социальная сеть – программный сервис, площадка для взаимодействия людей в группе или в группах. Также применительно к Интернету это виртуальная сеть, являющаяся средством обеспечения сервисов, связанных с установлением связей между его пользователями, а также разными пользователями и соответствующими их интересам информационными ресурсами, установленными на сайтах глобальной сети [8. С. 16]. Самая популярная на сегодняшний день в России социальная сеть – «ВКонтакте». Её пользователями преимущественно является молодежь. Аудитория самой распространённой социальной сети русскоязычного Интернета «ВКонтакте» (5 февраля 2013 в социальной сети зарегистрировался двухсотмиллионный пользователь). Это самый посещаемый портал русскоязычного Интернета, к тому же очень функциональный (по данным на февраль 2013 года ежедневная аудитория «ВКонтакте» – более 43 миллионов человек) [2. С. 225]. На 2016 год, как пишут сами администраторы данного ресурса, на сайте зарегистрировано свыше 270 млн. пользователей, а 70 млн. пользователей пользуются данным сайтом каждый

день. По данным опроса среди учащихся и родителей лицея девять из 10 детей и 6 из 10 родителей имеют аккаунт в социальной сети ВКонтакте (в опросе приняли участие 198 лицеистов и 231 родителей).

О популярности социальной сети ВКонтакте также свидетельствует исследование, проведенное Шевченко Ангелиной, воспитанницей пресс-центра «Влишее» МБОУ «Лицей № 88 г. Челябинска» в рамках научной работы по журналистике (научный руководитель – Морозова Анна Анатольевна, канд. филол. н., старший преподаватель кафедры журналистики и массовых коммуникаций ЧелГУ, директор учебно-научного центра медиаобразования факультета журналистики ЧелГУ). Исследование было проведено в период с 18 ноября по 25 ноября 2015 года. Всего было опрошено 75 пользователей, в возрасте от 15 лет до 30 лет и старше.

Условно опрашиваемые были разделены следующим образом:

- 15–17 лет («ученики среднего звена») составили 64 %;
- 18–22 года («ученики старшего звена, студенты») – 19 %;
- 22–30 лет («работники») – 17 %

По частоте потребления информации мы выяснили, что большинство пользователей пользуются соц. сетями суммарно 6–8 часов за сутки (33 %), чуть меньше людей пользуются ими в среднем 3–4 часа в день (28 %). Практически целый день соцсетях проводят 19 % опрашиваемых. В то время как всего 16 % пользователей посещают их не больше 1–2 часов. Всего 3 % пользуются соц. сетями один раз в день, а в свой аккаунт заходят даже не каждый день лишь 1 %. Но, а пользуются соцсетями очень редко – никто.

Последующие вопросы были очень важны для нас. На вопрос «Как часто вы пользуетесь социальной сетью «ВКонтакте»?» 77 % ответили так: «Каждый день». Весь день проводят там всего 20 % людей. А остальные респонденты: «2–3 раза в неделю» – 1,5 %, «1 раз в неделю» – 1,5 %.

Следующий вопрос звучал так: «Каковы причины использования вами социальных сетей?». 81 % опрошенных ответили «Общаюсь с друзьями/знакомыми», 59 % посещают социальные сети, чтобы посмотреть видео или послушать музыку, 48 % пользуются ими для учёбы и работы, 25 % используют их в качестве средства массовой информации, а 23 % следят за личной жизнью других людей. Для 19 % это тенденция времени, а лишь 13 % используют соцсети в целях самопрезентации. 5 % выбрали вариант ответа: «Другое» и написали свои варианты, и мы узнали, что кто-то посещает социальные сети, чтобы просто избавиться от депрессии.

На вопрос: «Каковы причины пользования вами социальной сети «ВКонтакте»?» тоже можно было выбрать несколько вариантов ответа. 79 % опрошенных используют эту социальную сеть в целях общения, 65 % слушают музыку. Кому-то интересно следить за обновлениями друзей (37 %), а кому-то смотреть видео (24 %). 12 % опрошенных выбрали вариант: «Другое», и написали свои варианты.

Мнения о вопросе регламентировании времени разделились: кто-то не ограничивает себя никак, и не считает это необходимым (35 %). А кто-то ограничивает себя, только, когда на это есть особые причины (35 %). Всего лишь 17 % выделяет себе определенное время и 13 % очень хочет регламентировать время, но у них это не очень получается.

В следующем вопросе мы решили узнать, проверяют ли пользователи информацию в социальной сети «ВКонтакте». 40 % иногда, но, всё же, проверяют информацию, 32 % всегда стараются проверять, 17 % вообще не проверяют её, а 11 % проверяют её очень-очень редко.

Мы – взрослые, можем отрицать социальную сеть как фактор развития подростков. Но факты говорят сами за себя, и популярность социальной сети возрастает с каждым днём. Положительный опыт использования социальной сети ВКонтакте описан в статьях А. А. Морозовой [5], А. В. Пустовалова [7], А. А. Пашкиной [6], И. В. Жилавской [1], Т. А. Ирышковой [3], С. И. Симаковой [8; 9], Ю. А. Мальцевой [4].

Исследования, проведённые А. А. Морозовой, позволили сформулировать следующие преимущества при использовании социальных сетей в медиаобразовательных целях: 1) следование тенденциям времени; 2) нахождение особого подхода к молодежи (молодежь «живет» в социальных сетях); 3) привлечение аудитории как к детским средствам массовой информации, так и ко всему процессу медиаобразования; 4) удобство и эффективность в использовании социальных сетей как средства коммуникации и средства массовой информации; 5) возможность сделать процесс медиаобразования практически непрерывным за счет работы медиапедагога дистанционно и наличия обратной связи; 6) использование сразу всех видов медиа (тексты, аудио, видео, фото); 7) использование социальных сетей как практического материала (при этом как положительного, так и отрицательного) в процессе медиаобразования.[5. С. 27]

В нашей статье мы также описываем положительный опыт использования социальной сети ВКонтакте. Группа пресс-центра ВКонтакте (<https://vk.com/gazetalicey88>) была создана в 2013 году и за 3 года обрела свою популярность. Ежедневно на страницу заходят более 200 человек. Просматривают новости лицея, которые мы с ребятами выкладываем на стене группы. Также удобный интерфейс позволяет открывать видео, фотографии и полезные ссылки, прослушивать выпуски радио. Группа ВКонтакте – это бесплатная площадка для размещения материалов нашего объединения. Нет необходимости ждать очередной выпуск школьной газеты, который, по причине дорогой стоимости, выходит только один раз в два месяца. Учащиеся выкладывают новостные заметки, репортажи, статьи на стену группы и получают отклик читателей каждый день. Это стимулирует и мотивирует ребят на написание материалов, на создание радио и видео-сюжетов, которые также выгружаются в группу. Группа ВКонтакте это своеобразный виртуальный архив, где, по истечению времени, можно найти информацию, фото и видео лицея. Также мы используем группу для проведения социальных опросов. Но создание группы – это не единственный путь работы с детьми в социальной сети. Возможности позволяют создавать конференции, объединяющие определённых участников, где мы обсуждаем информационные поводы, работаем над созданием новых медиапродуктов.

Социальная сеть ВКонтакте также стала площадкой не только для нашей школы, но и для детских объединений СМИ других школ Металлургического района г. Челябинска. Идея создания общего медиапродукта, который бы объединял всех ребят, родителей и педагогов района, где бы освещались актуальные проблемы и последние новости уже обсуждалась два года. Однако, в связи с отсутствием финансирования, не представлялось возможности создать печатный вариант газеты, и тогда мы решили создать группу ВКонтакте. В 2016 году на Первом слёте школьных СМИ Металлургического района г. Челябинска был дан старт группе (<https://vk.com/portalmet>). Появилась возможность использования бесплатного ресурса для того, чтобы выкладывать новости, загружать фотографии и видео, публиковать анонсы мероприятий и конкурсов города.

Группа только развивается, всего 139 участников и небольшой процент посещения, но мы планируем развить её в течение года. Для этого информация о деятельности группы регулярно освещается на всех совещаниях и мероприятиях района.

Мы определили возможности, которые даёт социальная сеть ВКонтакте для развития медиакомпетенций, которые приобретают подростки:

- создание сообществ, объединяющих юных журналистов;
- creation медиапродуктов;
- PR навыки (реклама событий, мероприятий);
- загрузка фото и видеосюжетов, радиосюжетов;
- отбор информации (каждая информация тщательно проверяется);
- проведение социальных опросов, анкетирования.

Наряду с положительными моментами, которыми обладает социальная сеть ВКонтакте, также существуют риски. Методом фокус-группа, было проведено исследование данной проблемы. Фокус-группа состояла из 7 человек, руководителей школьных СМИ Металлургического района г. Челябинска. Были отмечены следующие риски использования социальной сети ВКонтакте:

- недостоверность информации;
- нарушение ФЗ «О персональных данных»;
- открытость информации об участниках сообществ для экстремистских групп;
- свободный доступ подростков к порно-сообществам, экстремистским группировкам и т. д.

Несмотря на возможные риски использования социальной сети ВКонтакте, мы уверены, что положительные моменты явно превосходят отрицательные. Практика показывает, что в группу пресс-центра заходят, так называемые уникальные посетители: люди, у которых нет аккаунта в ВКонтакте. Но для того, чтобы получить доступ к информации они ежедневно используют группу как пресс-центра «Влицес», так и сообщество района. Посещаемость сообществ говорит об их востребованности. А также благодаря бесплатной информационной площадке социальной сети ВКонтакте создаётся уникальная мотивация для подростков к созданию медиапродуктов, что и развивает медиакомпетенции подростков с большей степенью.

Мы можем отрицать социальную сеть, как источник информации, однако исследования показали, что 95 % (в опросе принимали участие 345 учащихся и 124 родителя лицея) доверяют информации, которая выложена в группе пресс-центра. А это значит, что группа пользуется авторитетом среди посетителей. И мы несём ответственность за информацию, которую предоставляем. А это также важная медиакомпетенция, которой необходимо научить подростков – ответственность за предоставленную информацию. Этот вывод подтверждается и мнением А. А. Морозовой, которая утверждает, что «использование социальных сетей в медиаобразовательных целях обязательно, поскольку данные ресурсы являются частью медиасфера и не могут быть исключены из образовательного процесса как в качестве инструмента медиаобразовательной деятельности, так и в виде материала изучения»[5. С. 30].

В заключение, хотелось бы отметить, что любой доступ к интернет-пространству предполагает определённые риски. Подросток также может выйти на нежелательный сайт, поэтому главной задачей остаётся научить детей правильно ориентироваться в океане информации, проверять источники, прежде чем использовать их. А социальная сеть ВКонтакте является отличной площадкой для развития медикомпетенций подростков.

### Список литературы

1. Жилавская, И. В., Широбокова, А. А. Журналистика для глухих детей как форма социализации и медиаобразования [Текст] / И. В. Жилавская, А. А. Широбокова // Медиа. Информация. Коммуникация. – М. :2013. – № 5. – С. 26–28.
2. Золотова, В. В. Социальные сети: тенденции развития и перспективы для продвижения продуктов [Текст] / В. В. Золотова // Маркетинг услуг. – 2012. – № 3(31). – С. 224–231.
3. Ирышкова, Т. А., Казеева, Ю., Семунина, О. Е. Социальные сети Internet как инструмент в Public Relations [Текст] / Т. А. Ирышкова, Ю. Казеева, О. Е. Семунина // Сборник статей Международной научно-практической конференции. Под редакцией Э. В. Алёхина, С. А. Живодровой – М. : Издательство: Автономная некоммерческая научно-методическая организация «Приволжский Дом знаний», 2014. – С. 64–68.
4. Мальцева, Ю. А. Анализ медиаобразовательной деятельности Средств массовой информации России и Германии [Текст] / Ю. А. Мальцева // Материалы Междунар. научно-практич. конф. «Россия и Германия: стратегии делового и социокультурного партнер-

ства». При поддержке Посольства ФРГ и Поволжск. ин-та управления им. П. А. Столыпина. – Саратов, 2013. – С. 53–58.

5. Морозова, А. А. Социальные сети в медиаобразовательной практике: мнение экспертов [Текст] / А. А. Морозова // Инновации в системе высшего образования материалы VI Всероссийской научно-методической конференции. – Челябинск, 2015 –С. 24–31.

6. Пашкина, А. А. В контакте во всем мире [Текст] / А. А. Пашкина // Медиаобразование. – Таганрогский государственный педагогический университет, 2014. – № 2 – С. 103–107.

7. Пустовалов, А. В., Ишматов, М. Ш. Новости СМИ в социальных сетях: перспективы успешного распространения [Текст] / А. В. Пустовалов, М. Ш. Ишматов // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2013. – №4 (24). – С. 227–239.

8. Симакова, С. И. Молодежные СМИ как феномен медиасфера [Текст] / С. И. Симакова // Известия высших учебных заведений. Уральский регион : науч. журн. – Челябинск, 2014. – № 1. – С. 93–99.

9. Симакова, С. И. Современная журналистика и социальные сети [Текст] / С. И. Симакова // Знак : проблемное поле медиаобразования : науч. журн. – Челябинск, 2012. – № 1 (9). – С. 16–18.

10. Симакова, С. И. Формирование медиакомпетентности в системе вузовского образования [Текст] / С. И. Симакова // Вестник Челябинского государственного университета. – Челябинск. – 2013. – №22 (213). – С. 160–165.

Говорливых Н. А.

## ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ЭПИСТОЛЯРНОГО ЖАНРА В «ПИСЬМАХ ПЕНСИЛЬВАНСКОГО ФЕРМЕРА» ДЖ. ДИКИНСОНА

В статье рассматриваются «Письма пенсильванского фермера» Дж. Дикинсона. Прослеживаются традиционные и новаторские для эпистолярного жанра черты в «Письмах». Анализируется влияние античных риторических канонов на структуру и аргументацию «Писем». Рассматривается также современный Дикинсону культурный и исторический контекст и влияние, оказанное на автора современными ему мыслителями и идеологами Просвещения.

**Ключевые слова:** Дикинсон, XVIII век, эпистолярный жанр, американское Просвещение, риторика, «письма фермера».

Современникам литературный талант Джона Дикинсона был известен в первую очередь благодаря его произведениям публицистических жанров, среди которых памфлеты, газетные статьи, государственные документы. С точки зрения американского читателя XVIII в. эти жанры отнюдь не были чем-то второстепенным и периферийным: оценочного разделения литературы на художественную и публицистическую в данный период еще не существовало [6].

Несмотря на то, что Дикинсон принадлежал к поколению литераторов, подготовивших своими сочинениями Американскую революцию, он голосовал против принятия Декларации независимости, считая этот документ преждевременным [8]. Разумеется, такой поступок оказал существенное влияние на общественную жизнь Дикинсона, сделав его парижей в кругу современных ему американских политических деятелей.

Прочные дружеские и семейные связи с квакерскими кругами Делавэра и Пенсильвании, а также курс английского общего права, пройденный в Англии, сформировали, по