

**ЛИЦЕЙСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ –
КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ
ЦИФРОВОЙ ШКОЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**

**LYCEUM TELEVISION – AS A TOOL
FOR FORMING DIGITAL SCHOOL CULTURE**

Дмитрий Сергеевич Цумарев, Надежда Викторовна Телегина
Dmitriy Sergeevich Tsumarev, Nadezhda Victorovna Telegina

*Россия, Казань, Казанский федеральный университет
Russia, Kazan, Kazan Federal University
E-mail: hvstudio@mail.ru, nadya-telegina@yandex.ru*

Аннотация

В статье раскрываются коммуникативные компетенции и их ключевая роль в современном видеопроизводстве. Роль медиаграмотности в образовательном учреждении.

Ключевые слова: медиаграмотность, видеопроизводство, коммуникативная компетентность, профориентация в видеопроизводстве.

Abstract

The article reveals communicative competencies and their key role in modern video production. The role of media literacy in an educational institution.

Keywords: media literacy, video production, communicative competence, career guidance in video production.

Информационная среда оказывает огромное влияние на мировоззрение, ценности, приоритеты детей и молодежи. Кроме того, современные медиа оказывают существенное воздействие на здоровье, развитие и эмоциональное состояние современных детей. Многочисленные исследования свидетельствуют о том, что чрезмерное увлечение общением в средствах массовой коммуникации крайне негативно сказывается на зрении, психологическом и физическом состоянии школьников. В связи с этим значительно актуаль-

лизируется проблема развития медиаграмотности подрастающего поколения.

Современная молодежь все чаще называется «медийным» поколением. И хотя степень знания о различных средствах массовой коммуникации зависит от множества факторов, включая возраст и наличие доступа к медиа, интерес к ним неуклонно растет, а свободное время большинства сегодняшних детей тесно связано с использованием средств массовой коммуникации.

Для большинства детей и молодежи современные медиа, особенно интернет, играют более значимую роль, чем просто средство получения информации о мире. Это их мир, их виртуальная реальность, где все лучшее и худшее может быть создано или уничтожено. Молодежи нравится иметь дело с новыми технологиями гораздо больше, чем взрослым, и они более свободны в использовании этих технологий.

Именно поэтому медиаграмотность является неотъемлемой частью медиаобразования в современном мире. Многие страны включают медиаграмотность в свои образовательные программы, чтобы подготовить молодое поколение к эффективному использованию и анализу медийной информации. Обучение медиаграмотности помогает развивать критическое мышление, эмоциональный интеллект и социальные навыки учащихся.

Медиаграмотность – набор навыков и знаний, необходимых для эффективного использования и критического анализа медийных материалов. Это понятие становится все более важным в современном информационном обществе, где медиа игры, фейки и манипуляции являются неотъемлемой частью повседневной жизни.

Одно из основных составляющих медиаграмотности – это умение анализировать и оценивать информацию, получаемую из различных медиа-источников. Оно включает в себя способность определять надежность и достоверность информации, а также отличать факты от мнений. Эти параметры включены в определение «коммуникативная компетентность». *Коммуникативная компетентность* – это владение сложными коммуникативными навыками и умениями, формирование адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении,

знание обычаев, традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность, ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету и выражающихся в рамках данной профессии [2].

Коммуникативная компетентность складывается из способностей:

- 1) давать социально-психологический прогноз коммуникативной ситуации, в которой предстоит общаться;
- 2) социально-психологически программировать процесс общения, опираясь на своеобразие коммуникативной ситуации;
- 3) осуществлять социально-психологическое управление процессами общения в коммуникативной ситуации;
- 4) коммуникативная компетентность выступает интегральным качеством, синтезирующим в себе общую культуру и ее специфические проявления в профессиональной деятельности. Одним из условий коммуникативной компетентности является выполнение определенных правил и требований [2].

Наиболее значимые из этих *правил* состоят в следующем:

- Наиболее общим правилом является правило, согласно которому нельзя приступать к сообщению мысли, если она непонятна или не до конца понятна самому себе.
- Правило «постоянной готовности к пониманию». Существует большое количество семантических и личностных барьеров, которые часто приводят к неполному и неточному пониманию сообщений.
- Правило конкретности. Следует избегать неопределенных, двусмысленных, расплывчатых выражений и слов, а без необходимости не пользоваться незнакомыми или узкоспециализированными терминами.
- Правило контроля над невербальными сигналами. Недостаточно контролировать только свою речь и содержание сообщения. Необходим также контроль над его формой в той части, которая касается его внешнего «сопровождения» – мимикой, жестами, интонацией, позой.
- Правило «собственной неправоты». При коммуникации всегда необходимо допускать, что личная точка зрения может быть неправильной. Это часто предостерегает от серьезных ошибок.

- Правило «места и времени». Эффективность любого сообщения резко возрастает в случае его своевременности и выбора наиболее адекватной ситуации, в которой оно реализуется.

- Правило открытости означает готовность к пересмотру своей точки зрения под влиянием вновь открывающихся обстоятельств, а также способность принимать и учитывать точку зрения собеседника.

- Правило активного и конструктивного слушания – одно из основных условий эффективных коммуникаций.

- Правило обратной связи. Именно это правило, в конечном счете, обеспечивает достижение главной цели коммуникативного процесса – взаимопонимания.

Видеопроизводство – это, по сути, весь процесс создания видео. Будь то короткометражный фильм, полнометражный фильм, маркетинговый видеоролик для бизнеса, телевизионная реклама, музыкальный клип или другой тип фильма, процесс может немногого отличаться в зависимости от специфики, но в целом процесс в основном одинаков.

Особенности использования творческого процесса в видеопроизводстве неразрывно связаны с уникальной динамикой визуального искусства. В основе эффективного видеопроизводства лежит умение сочетать технические навыки с безграничной креативностью. Каждый этап – от концепции до пост-продакшна – требует вдумчивого подхода и оригинальной мысли.

Процесс видеопроизводства принято делить на *три этапа*:

1) *подготовительный период, или предпроизводство*. Первой необходимой стадией на пути реализации замысла является создание сценария – его литературной основы, в котором определяется тема, сюжет, проблематика, характеры основных героев. Самый длительный по времени и очень важный в кинопроизводстве – подготовительный период. Во время подготовительного периода режиссер, изучив огромный материал по теме фильма, разрабатывает концепцию фильма. Творческая группа, в которую кроме режиссера входят продюсер, художник, оператор-постановщик и второй режиссер, создает режиссерский сценарий и экспликацию (толкование режиссером будущей картины, его видение фильма).

2) *съемочный период*, или *производство*. Съемочный период – как правило, связующее звено подготовительного периода и монтажно-тонировочного периода в кинопроизводстве. Это наиболее ответственный и дорогостоящий этап кинопроизводства. От его успеха и длительности зависит бюджет фильма, и поэтому съемки требуют максимально тщательного планирования и досконально продуманного подхода.

3) *монтажно-тонировочный период*, или *постпроизводство*. В процессе съемки отснятый материал поступает к монтажеру видео-производства, который просматривает его, размечает и систематизирует. Режиссер вместе с монтажной группой осуществляет отбор наиболее удачных дублей и дает указания по монтажу. После окончания съемок эпизода или сцены проводится черновой монтаж [1].

Одним из ключевых аспектов является сценарное мышление, которое задает направление всей будущей работы. Идеи формируются в процессе мозгового штурма, где команда может свободно обмениваться мыслями и находить нестандартные решения. Визуальный стиль, выбор музыки и монтажа становятся не менее важными элементами, подчеркивающими эмоциональную составляющую произведения. Творческий процесс также предполагает постоянное взаимодействие между участниками команды: режиссерами, операторами и монтажерами, а также:

- съемочной группой – временный производственно-творческий коллектив, непосредственно работающий над созданием видеопроекта;
- основным творческим составом, в который входят автор литературного сценария, актерский состав и консультанты;
- административным персоналом, во главе с продюсером;
- прикрепляемыми к съемочной группе работниками отделов и цехов киностудии.

Это сотрудничество создает синергию, способствующую возникновению уникального контента, который способен захватить внимание зрителя. Видеоконтент – это одна из наиболее значимых форм современного мультимедийного искусства. Он объединяет визуальные и аудиальные элементы для передачи информации, эмоций и идей. Благодаря своей способности легко восприни-

маться и запоминаться, видеоконтент стал неотъемлемой частью коммуникационной стратегии как для бизнеса, так и для индивидуальных создателей. С развитием технологий и доступностью интернет-платформ, таких как RuTube и VK-видео, создание и распространение видеоконтента стало доступным для широкой аудитории. Видеоконтент может принимать множество форм: от обучающих роликов и развлекательных шоу до документальных фильмов и блогов. Он влияет на общественное мнение, формирует тренды и становится мощным инструментом в hands-on маркетинге. С течением времени его значимость только возрастает, и, безусловно, видеоконтент останется важным аспектом нашей жизни.

Таким образом, использование творческого процесса в видеопроизводстве служит мощным инструментом для реализации художественных замыслов и достижения глубокой связи с потребителем контента. Использование видеопроизводства в образовательной среде школы формирует корпоративную культуру школьников, что является важной составляющей в современном образовании. Таким образом, на первый план в этом процессе выходит формирование медийно-информационной грамотности школьников, что является благоприятной атмосферой для их личностного и профессионального роста.

ЮНЕСКО понимает *медийно-информационную грамотность* как совокупность знаний, навыков, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный доступ, анализ, критическую оценку, интерпретацию, использование, создание и распространение информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этичной основе [4]. Быть медиаграмотным означает иметь навыки анализа информации, получаемые из различных медиаисточников. Это важно по нескольким причинам:

- **Фильтрация информации.** В современном мире мы постоянно сталкиваемся с огромным количеством информации из разных источников. Медиаграмотность позволяет отличать достоверные и проверенные факты от ложной или искаженной информации.

- **Защита от манипуляций.** Медиаплатформы и организации могут использовать различные методы манипуляции, чтобы вли-

ять на наше мнение и поведение. Медиаграмотность помогает распознавать эти методы и не поддаваться их влиянию.

- Критическое мышление. Медиаграмотность развивает навыки критического мышления, что позволяет анализировать информацию, выявлять противоречия, проверять факты и делать обоснованные выводы.

- Защита от фейковых новостей. Фейковые новости стали распространяться все быстрее и шире. Медиаграмотность помогает отличать фейки от реальных новостей и не распространять ложную информацию.

- Умение использовать медийные инструменты и технологии. В современном мире медиатехнологии играют важную роль в коммуникации и получении информации. Медиаграмотные люди знают, как использовать различные медийные платформы, социальные сети и приложения для обмена информацией и мнениями [3].

Профориентация в видеопроизводстве – это важный процесс, который помогает школьникам найти свое место в многогранной индустрии. Современное видеопроизводство включает в себя множество профессий: от сценаристов и режиссеров до операторов и монтажеров. Главным аспектом профориентации является понимание того, какие навыки и знания нужны для успешной работы в каждой из этих ролей. Сначала необходимо осознать свои интересы и предпочтения. Например, если вас привлекает художественное творчество, стоит рассмотреть профессии, связанные с режиссурой или сценарием. Если же ваше увлечение связано с техническими аспектами, можно обратить внимание на операторское или монтажное искусство. В конечном итоге, лучшее понимание собственных сильных сторон и возможностей поможет школьнику выбрать путь, который приведет к успеху в динамично развивающейся сфере видеопроизводства.

Список литературы

1. Видеопроизводство: что это и каким оно бывает – Рассказывает Arbat Media // SBlogs: сайт. – URL: <https://www.sostav.ru/blogs/278543/53631> (дата обращения: 30.01.2025).

2. Коммуникативная компетентность // РУВИКИ: сайт – URL: <https://clck.ru/3JSHii> (дата обращения: 27.01.2025).

3. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие для вузов / А.В. Федоров. – Таганрог: Кучма, 2004. – С. 11. – 340 с.

4. Черный, Ю.Ю. Медийно-информационная грамотность в цифровом мире: как научить учителей: сборник статей / Ю.Ю. Черный, Т.А. Муркова. – Москва: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, Программа ЮНЕСКО «Информация для всех», 2021. – 81 с.

УДК 378

ЦЕЛИ И ГОТОВНОСТЬ СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ВУЗОВ К ПРИМЕНЕНИЮ ИИ

GOALS AND READINESS OF STUDENTS IN UNIVERSITIES OF PEDAGOGY TO APPLY AI

Иминь Чэнь
Yimin Chen

Россия, Казань, Казанский федеральный университет
Russia, Kazan, Kazan Federal University
E-mail: ImChen@stud.kpfu.ru

Аннотация

В статье раскрываются цели и готовность студентов педагогических вузов к применению искусственного интеллекта в образовательной деятельности. Для того чтобы выявить цели и готовность студентов педагогических вузов к применению искусственного интеллекта были проанализированы ключевые факторы, влияющие на готовность, и даны рекомендации по повышению готовности. В итоге сделаны выводы о приоритетных путях подготовки будущих педагогов к применению искусственного интеллекта в своей профессиональной деятельности. В числе которых внешние факторы: позитивные управляющие (целенаправленные) воздействия, возмущающие (дестабилизирующие) воздействия, препятствующие желаемому результату.

Ключевые слова: готовность к применению искусственного интеллекта, педагогическое образование, студенты педагогических вузов.