



УДК 378.148, 070

DOI 10.52575/2712-7451-2022-41-1-27-37

## Современное медиапространство в оценке преподавателей направлений подготовки «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью»

Смеюха В.В.<sup>1</sup>, Армаш В.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Южный федеральный университет,  
344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42  
E-mail: smeyha@yandex.ru;

<sup>2</sup> Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского,  
295007, Россия, Республика Крым, г. Симферополь, пр. Академика Вернадского, 4  
E-mail: nikaarmash@mail.ru

**Аннотация.** Представлен анализ отношения профессорско-преподавательского состава, осуществляющего образовательный процесс на направлениях подготовки «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью» российских вузов, к современному медиапространству. На основе данных, полученных в ходе социологического исследования, сделано заключение относительно медиапотребления, медиакомпетенций педагогов, их оценки функциональных и тематических характеристик СМИ и массмедиа, ложной информации; предложен ряд рекомендаций, направленных на формирование у медиапедагогов навыков верификации информации.

**Ключевые слова:** профессиональное медиаобразование, преподаватели, социологические исследования, медиапотребление, медиакомпетенции, критика медиапространства, верификация информации

**Для цитирования:** Смеюха В.В., Армаш В.В. 2022. Современное медиапространство в оценке преподавателей направлений подготовки «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью» Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 41 (1): 27–37. DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-1-27-37

---

## Modern Media Space in the Assessment of Teachers of the Areas of Training “Journalism”, “Advertising and Public Relations”

Victoria V. Smeyukha<sup>1</sup>, Veronica V. Armash<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Southern Federal University,  
105/42 Bolshaya Sadovaya St, Rostov-on-Don, 344006, Russia  
E-mail: smeyha@yandex.ru;

<sup>2</sup> Crimean Federal V.I. Vernadsky University,  
4 Ac. Vernadsky Av., Simferopol, Republic of Crimea 295007, Russia  
E-mail: nikaarmash@mail.ru

**Annotation.** In connection with the integration of media into the spheres of society, the question arises of increasing attention to the development and study of media education, both mass and professional. The authors of the article focus on the study of the attitude of the teaching staff engaged in the educational process in the areas of training “Journalism”, “Advertising and Public Relations” of Russian universities to the modern media space, introduce the results of a sociological study implemented in 2021, which was attended by representatives of 24 higher educational institutions. The survey examined: the features of media consumption, media competence of teachers, revealed a critical assessment of the functional and



thematic characteristics of the media, the process of spreading false information. Based on the analysis of the obtained data, recommendations are made aimed at forming the skills of information verification among media teachers, which will contribute to improving the quality of professional.

**Keywords:** professional media education, university lecturer, sociological research, media consumption, media competencies, criticism of the media space, verification of information, fake news

**For citation:** Smeyukha V.V., Armash V.V. 2022. Modern Media Space in the Assessment of Teachers of the Areas of Training “Journalism”, “Advertising and Public Relations”. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 41 (1): 27–37 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-1-27-37

## Введение

Теме медиаобразования уделяется повышенное внимание как в сфере высшего образования, так и в профессиональных сегментах, что объясняется усилением роли медиакоммуникаций в производственной, культурной, бытовой и других видах деятельности. Под медиаобразованием принято понимать изучение средств массовых коммуникаций (периодической печати, радио, телевидения, интернет-медиа, рекламы, кинематографа и др.) и их воздействия на аудиторные группы [Федоров, 2001; Короченский, 2004, 2005; Дзялошинский, 2013; Чельшева, 2013; Федоров, 2015]. На современном этапе медиаобразование дифференцируется на профессиональное и массовое, ориентированное на изучение медиаресурсов, медиаэтики, медиапроизводства широкими слоями населения (например, школьниками, молодежью, людьми среднего возраста, пенсионерами) [Жилавская, 2013; Федоров, 2014; Луговая, Сипко, 2019; Chelysheva, Mikhaleva, 2019].

Под профессиональным медиаобразованием понимают образование, ориентированное на обучение сотрудников сферы массовых коммуникаций: журналистов, специалистов по связям с общественностью, сценаристов, телевизионных ведущих и др. [Короченский, 2004, 2005; Фатеева, 2007; Мясникова, 2015]. Необходимо отметить, что направления подготовки, связанные с изучением массмедиа, медиакоммуникаций, пользуются неизменной популярностью у абитуриентов: так, в 2021 г., по данным сайта «Мое образование», направление подготовки «Реклама и связи с общественностью» находится на шестом месте в «Рейтинге специальностей вузов», «Российская газета» рассматривает направление «Медиакоммуникации» как наиболее перспективное в отечественном высшем образовании<sup>1</sup>. По сведениям сайта «Вузотека.ру», обучение по направлению подготовки «Журналистика» осуществляется в 153 вузах страны, по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» – в 278 (данные 2021 г.).

Однако, несмотря на востребованность обозначенных направлений обучения, в научной и профессиональной среде критически оценивается уровень подготовки молодых журналистов, рекламистов, специалистов по связям с общественностью. Анализ негативных отзывов о профессиональном медиаобразовании позволяет выделить следующие его недостатки: несовершенство образовательных программ и их несоответствие тенденциям развития профессиональной отрасли, превалирование в учебных планах теоретических курсов, низкий уровень медиакомпетенций преподавателей и др. [Коханая, 2015; Исаева, Доценко, 2018; Барабаш и др., 2019]. Между тем представители научно-педагогического сообщества уделяют значительное внимание вопросам модернизации профессионального медиаобразования, что выражается в оптимизации образовательных программ, разработке авторских курсов, реализации практико-ориентированных проектов, повышении собственной квалификации [Демина, Краснаярова, 2015; Головин, 2016; Сипко, 2019; Тулу-

<sup>1</sup> Ивойлова И. 2021. Топ-10 перспективных специальностей в российских вузах. *Российская Газета RGRU*, 2 января 2021 года. URL: <https://rg.ru/2021/01/02/top-10-perspektivnyh-specialnostej-v-rossijskih-vuzah.html>

пов, 2019; Berezhnaia, 2019; Коханая, 2020; Kaminskaya, Erokhina, 2020; Макарова, 2020; Katerynych, 2021]. Преподаватели указанных направлений подготовки активно используют в своей работе медиакommunikации, в связи с чем представляется актуальным изучение их отношения к медиасреде, оценки данным профессиональным сообществом актуальных медиапроцессов.

Целью данной статьи является исследование мнения преподавателей вузов, реализующих образовательные программы по направлениям «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью», о современном медиaprостранстве, а именно: изучение особенностей медиапотребления (какие источники информации используют), оценки ими как специалистами функциональных характеристик современных массмедиа, некоторых актуальных проблем медиапроизводства: использование недостоверных источников информации, распространение ложной и непроверенной информации.

### Методы исследования

Основными методами исследования стали: социологический, сравнительный, описательный. С целью изучения отношения профессорско-преподавательского состава к современному медиaprостранству было проведено социологическое исследование (март – май 2021 г.), в ходе которого был опрошен 61 респондент: анкета рассылалась через электронную почту. Возрастные характеристики опрошенных: группа от 30 до 40 лет – 21 %, от 40 до 50 лет – 41 %, от 50 до 60 лет – 28 %, группа «60+» – 10 %. Женщин – 74 %, мужчин – 26 %. В исследовании приняли участие сотрудники следующих вузов: МГУ имени М.В. Ломоносова, СПбГУ, РУДН, СКФУ, ЮФУ, КубГУ и др. (табл. 1).

Таблица 1  
Table 1

Распределение респондентов по вузам  
Distribution of respondents by universities

Вуз	Количество респондентов
МГУ имени М.В. Ломоносова	9
СПбГУ	5
РУДН	2
Южный федеральный университет	5
Казанский (Приволжский) федеральный университет	1
Северо-Кавказский федеральный университет	3
Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского	5
Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова	1
Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого	1
Севастопольский государственный университет	2
Адыгейский государственный университет	2
Пермский государственный университет	1
Волгоградский государственный университет	2
Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина	1
Курганский государственный университет	1
Магнитогорский государственный технический университет имени Г.И. Носова	1
Сочинский государственный университет	2
Пензенский государственный университет	1
Воронежский государственный университет	2
Челябинский государственный университет	2
Ростовский государственный университет путей сообщения	5
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)	3
Кубанский государственный университет	4

## Результаты исследования

Как показало исследование, самым популярным источником, из которого преподаватели получают информацию о важнейших событиях, является сеть Интернет (49 %), за ней следует телевидение (32 %) (рис. 1).

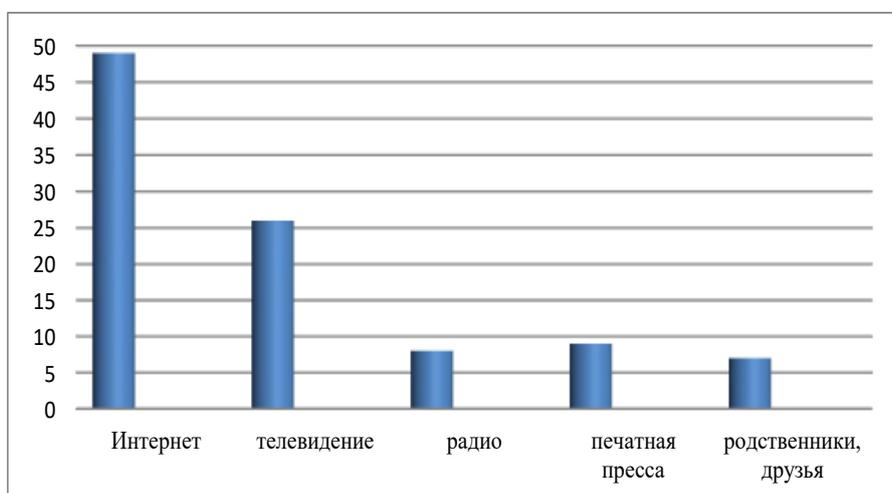


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Из каких источников вы получаете информацию о важнейших событиях?»

Fig. 1. Distribution of answers to the question: “From what sources do you get information about the most important events?”

Обратим внимание на то, что в нашей стране лидером медиасегмента по-прежнему является телевидение (88 %). Медиатрендом 2020–2021 гг. стало увеличение доли телезрителей: массовая аудитория в условиях самоизоляции, обусловленной распространением коронавирусной инфекции, стала отдавать предпочтение телевидению. Согласно данным ВЦИОМ, аудиторная группа, наиболее активно совмещающая просмотр телевизионных программ с использованием интернет-ресурсов, ограничивается возрастными рамками 35–59 лет<sup>1</sup> (аудитория с данными возрастными характеристиками превалирует среди респондентов нашего исследования). Радио стоит на третьем месте по охвату массовой аудитории после телевидения и Интернета (см., например, исследование компании «Делойт» «Медиапотребление в России 2020»<sup>2</sup>). Печатная пресса как источник информации в рейтингах исследовательских компаний занимает четвертое место.

Отметим, что доля радиослушателей в нашем исследовании оказалась незначительной. Между тем по стране охват аудитории радио составляет 52–56 %, при этом слушают радио чаще всего в автомобиле (более 40 %), на работе (20 %) либо дома в выходные дни (45 %) (Mediascore, «Делойт», 2020). Среди преподавателей вузов немного владельцев личного автотранспорта; прослушивание радио в рабочее время сотрудниками вузов также является затруднительным.

Как видим, медиапредпочтения аудитории преподавателей несколько отличаются от данных статистики, характеризующих медиапотребление населения страны. Указанные расхождения можно объяснить профессиональными особенностями деятельности опрашиваемых – преподаватели вузов активно используют в своей работе интернет-медиа; и

<sup>1</sup> Медиапотребление россиян: мониторинг. 2021. Аналитический обзор. ВЦИОМ, 3 марта 2021 года. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-rossijan-monitoring>

<sup>2</sup> Медиапотребление в России – 2020. 2020. Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ. Москва, октябрь 2020 года. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/media-consumption-russia-2020.pdf>

территориальными – медиакоммуникационную основу больших и средних городов (а именно здесь располагаются вузы) составляет именно сеть Интернет. Превалирующей функцией современных массмедиа респонденты считают информационную (36 %), кроме того, ими были выделены следующие доминирующие функции: рекламная (27 %), развлекательная (20 %), пропагандистская (20 %) (рис. 2).

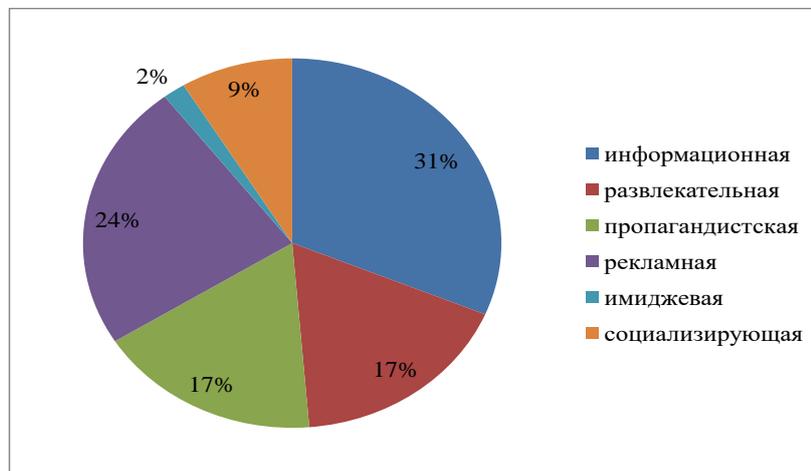


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос:

«Какие функции современных массмедиа являются превалирующими?»

Fig. 2. Distribution of answers to the question: “What functions of modern mass media are prevalent?”

В данном случае преподаватели оценили деятельность массмедиа с профессиональной точки зрения: в современном медиaprостранстве, помимо журналистских коммуникаций, активно функционируют рекламные, что способствует слиянию социально значимого медиаконтента с информацией о товарах и услугах, формированию потребительской медиареальности, синтезированию искусственных интересов и предпочтений населения; медиапотребление на современном этапе представляет популярную форму досуга, что определяет развлекательную направленность массмедиа.

По мнению опрошенных, в массмедиа много политической информации (53 %), информации криминального характера (12 %), развлекательной (12 %), а также лишней (ненужной, незначительной) (20 %) информации (рис. 3).

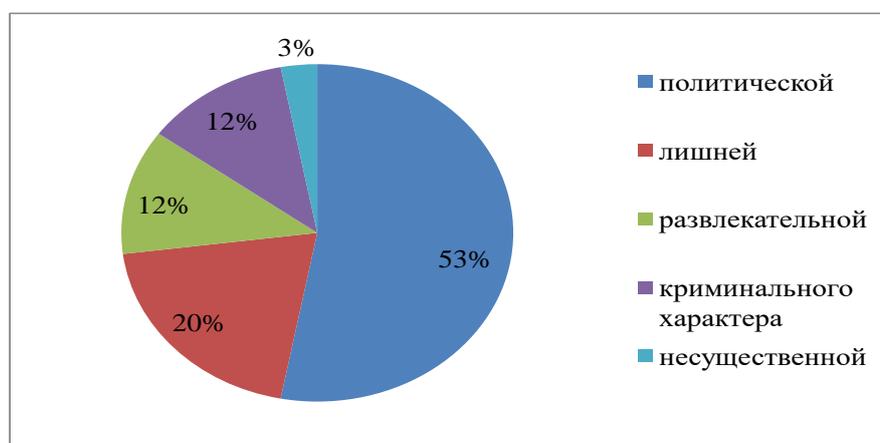


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Какой медиаинформации, по вашему мнению, сегодня очень много?»

Fig. 3. Distribution of answers to the question: “What media information, in your opinion, is there a lot today?”



Таким образом, преподаватели критически оценивают тематическое содержание СМИ и массмедиа и в качестве недостатков, присущих современным медиапроцессам, выделяют превалирование новостей политического характера, а также информации, не имеющей социальной значимости. И если последнее связано с активизацией рекреативной функции СМИ и массмедиа, то политизация информационного пространства свидетельствует о широком использовании медиакоммуникаций институтом власти, политическими акторами в целях информирования о собственной деятельности, формирования соответствующих политических образов, приоритетов, оказания определенного информационного воздействия на аудиторные сегменты. Критическая оценка преподавателей распространяется не только на тематический медиаконтент, но и на медиаисточники. Более половины опрошенных не доверяют информации, полученной из СМИ (60 %), 11 % респондентов не смогли однозначно ответить на вопрос о доверии к сообщениям, распространяемым средствами массовой информации («50/50»). 51 % опрошенных не доверяет информации, размещаемой в социальных сетях, доверяют – 28 %, и 21 % не смог дать однозначный ответ на данный вопрос («50/50»).

Обратимся к данным статистики, обнародованным в средствах массовой информации: почти половина россиян не доверяет СМИ<sup>1</sup>. Причины недоверия связываются с увеличением объема некачественного, недостоверного контента. Снижение качества медиаконтента, увеличение объемов ложной информации приобретают массовый характер: по данным Генеральной прокуратуры России, за 2020 г. было зафиксировано десятикратное увеличение ложного медиаконтента<sup>2</sup>.

82 % опрошенных сотрудников вузов указали, что они часто встречаются недостоверные новости, 49 % преподавателей могут самостоятельно распознать ложную информацию, 36 % не могут определить достоверность новостного контента и 15 % не смогли определиться с ответом. Отметим, что данные социологических исследований, характеризующих медиакомпетентность респондентов, могут отличаться от реальной действительности по той причине, что опрашиваемые склонны завышать свои способности. Следовательно, значительная часть педагогов, отвечающая за качество профессионального медиаобразования, чаще всего не может распознать недостоверный контент, а следовательно, не владеет навыками обучения будущих медиаспециалистов верификации информации.

Не только преподаватели сталкиваются с проблемой определения достоверности информации. У профессиональных журналистов, имеющих значительный опыт работы в СМИ, проверка информации также вызывает затруднения. Так, Д.В. Соколова в статье «Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса» приводит следующие данные, полученные в ходе опроса журналистов в 2018 г.: в большей части редакций отсутствует алгоритм проверки информации, являющийся обязательным для всех сотрудников (78 %), и делает заключение: процесс проверки информации осложняют субъективные факторы, связанные с отношением журналиста к своей деятельности, и объективные, к которым относятся закрытые источники информации, невозможность установить первоисточник и т.д. [Соколова, 2018].

Несмотря на то, что преподавателям сложно сделать заключение о степени достоверности информации, они проводят оценку информационного воздействия подобного контента на аудиторию: большая часть респондентов считает, что ложная (фейковая) информация отвлекает от более важной информации (68 %), манипулирует (26 %), развлекает (6 %). Основной причиной увеличения объема ложной информации опрошенные преподаватели считают низкую медиаграмотность аудитории (74 %). Среди других при-

<sup>1</sup> Средства массового недоверия. 2018. РБК. Газета, 23 октября 2018 года, № 184 (2908) (2310). URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/10/23/5bcc97729a7947e625fc02ba>

<sup>2</sup> Количество фейков в интернете выросло в 10 раз в период пандемии. ТАСС, 8 июня 2020 года. URL: <https://tass.ru/obschestvo/8673695>

чин усиления данной негативной тенденции были названы: использование ложной информации в качестве инструмента управления аудиторией (23 %) и увеличение численности медиаканалов (3 %).

Большая часть респондентов считает, что аудиторию можно научить распознавать ложную информацию (92 %). И 80 % опрошенных преподавателей в рамках образовательных курсов уделяют внимание теме ложной (фейковой) информации.

В ряде вузов в учебные планы включены дисциплины, основной целью которых является формирование навыков работы с источниками информации, критической оценки и верификации информации: «Фактчекинг: методология и инструментарий», «Новости в эпоху постправды – мейнстрим и альтернативные источники» (ВШЭ), «Фейк в практике аудиовизуальных СМИ» (СПбГУ), «Информационно-коммуникативные технологии и медиаинформационная грамотность» (Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина), «Фактчекинг и технология подготовки информации» (Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского) и др. Кроме того, в рамках дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Система СМИ», «Система СМИ и информационный дискурс» и других отдельные темы могут быть посвящены теме ложной медиаинформации.

В последние годы опыт работы преподавателей вузов над темой ложной медиаинформации привел к публикации научных статей [Ершов, 2018; Kaminskaya, 2020; Shapovalova, 2020; Шестеркина и др., 2021] и учебных изданий, посвященных указанному проблемному аспекту: С.Н. Ильченко «Фейковая журналистика» [Ильченко, 2020], С. Распопова, Е. Богдан «Фейковые новости: информационная мистификация» [Распопова, Богдан, 2018]. В 2020 г. ученые Воронежского государственного университета И.А. Стернин и А.М. Шестерина выпустили учебное пособие «Маркеры фейка в медиатекстах», в котором проанализировано более 80 маркеров ложных (фейковых) сообщений, пособие адресовано журналистам, медиаэкспертам [Стернин и др., 2020].

### Выводы

Проведенное исследование позволило сделать следующие заключения относительно характера медиапотребления преподавателями вузов: в качестве основного источника информации медиапедагоги используют сеть Интернет, что определяется общими трендами медиапотребления и спецификой деятельности респондентов.

Преподаватели критически оценивают результаты современных медиапроцессов, касающиеся функциональных характеристик и тематического содержания СМИ и массмедиа, увеличения объема ложной (недостоверной) информации.

Решение проблемы уменьшения объема ложной информации респонденты связывают с повышением качества медиаобразования: преподаватели уверены, что аудиторию можно научить распознавать ложную информацию и уделяют внимание теме верификации информации в рамках образовательных курсов. В то же время не все педагоги характеризуются наличием компетенций в плане верификации информации, следовательно, не могут способствовать формированию соответствующих навыков у будущих медиаспециалистов. В связи с этим предлагается усилить внимание к повышению медиаграмотности преподавателей в рамках следующих мероприятий:

1. Участие медиапедагогов в круглых столах, семинарах, образовательных курсах, посвященных верификации информации. В последнее время проведение подобных мероприятий практикуется Союзом журналистов России.

2. Привлечение преподавателей к тематическим встречам, мастер-классам, организуемым специалистами, занимающимися проблемами ложной информации. В условиях самоизоляции мероприятия, организуемые учеными, специализирующимися на анализе отдельных проблем медиакоммуникации, стали популярны в онлайн-формате, что делает их доступными для преподавателей, вне зависимости от региона их проживания.



Кроме того, рекомендуется усилить внимание к указанной теме в рамках образовательного процесса: разрабатывать курсы лекций, практические занятия, посвященные рассмотрению недостоверной информации. Теоретическое изучение данного вопроса, а также анализ примеров недостоверной информации (а такие примеры сегодня существуют в достаточном количестве – с заявлениями об опровержении ложной информации регулярно выступают СМИ) позволят сформировать у педагогов навыки оценки, анализа достоверности новости.

### Список литературы

- Барабаш В.В., Грабельников А.А., Гегелова Н.С., Осиповская Е.А., Реброва А.Д. 2019. Проблемы модернизации журналистского образования в российских вузах. В кн.: Образовательное пространство в информационную эпоху – 2019 (ЕЕИА – 2019). Сборник научных трудов. Под ред. С.В. Ивановой. М., Институт стратегии развития образования Российской академии образования: 686–699.
- Головин Ю.А. 2016. Актуализация технологического компонента в современном журналистском образовании. Научные труды Московского гуманитарного университета, 1: 6. DOI: 10.17805/trudy.2016.1.6.
- Демина И.Н., Красноярова О.В. 2015. Журналистское образование в экономическом вузе: опыт Байкальского государственного университета экономики и права. Известия Иркутской государственной экономической академии, 25 (2): 320–324. DOI: 10.17150/1993-3541.2015.25(2).320-324
- Дзялошинский И.М. 2013. Медиаобразование: работа с текстами или умение ориентироваться в медиaprостранстве. В кн.: Медиаобразование 2013. Сборник трудов Международного форума конференции, г. Москва, 31 октября – 2 ноября 2013 года. Под ред. И.В. Жилавской. М., РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова: 28–46.
- Ершов Ю.М. 2018. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик. Вестник Томского государственного университета. Филология, 52: 245–256. DOI: 10.17223/19986645/52/15
- Жилавская И.В. 2013. Медиаобразование молодежи. М., Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 234 с.
- Ильченко С.Н. 2020. Фейковая журналистика. М., КноРус, 370 с.
- Исаева В.Н., Доценко В.Г. 2018. Специалист по связям с общественностью: функциональные характеристики профессии. Труды Ростовского государственного университета путей сообщения, 1: 30–35.
- Короченский А.П. 2004. Медиакритика и медиаобразование. Высшее образование в России, 8: 40–46.
- Короченский А.П. 2005. Медиаобразование в России: не только внешние трудности и препятствия. Медиаобразование, 3: 37–42.
- Коханая О.Е. 2020. Конвергентная редакция как импульс совершенствованию журналистского образования. В кн.: Высшее образование для XXI века: Цифровая трансформация общества: новые возможности и новые вызовы. Сборник статей XVI Международной научной конференции, г. Москва, 18–19 ноября 2020 года. В 2-х ч. Ч. 2. Под ред. И.М. Ильинского. М., Московский гуманитарный университет: 66–70. URL: <http://publications.mosgu.ru/index.php/main/catalog/book/24> (дата обращения: 30.01.2022).
- Луговая Н.В., Сипко Е.С. 2019. Интеграция медиаобразования в школьное обучение (на примере «Медиашколы» РГУПС). В кн.: Стратегические ориентиры развития высшей школы. Сборник научных трудов Национальной научно-практической конференции, г. Москва, 15 ноября 2019 года. М., КноРус: 309–315.
- Макарова Л.С. 2020. Формирование основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению «Журналистика» в соответствии с требованиями профессиональных стандартов и запросами медиаиндустрии. В кн.: Коммуникативные стратегии СМИ: теоретические подходы и новые реалии. Сборник материалов научно-практической конференции кафедры журналистики, г. Нижний Новгород, 12–13 марта 2020 года. Нижний Новгород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского: 106–115.
- Мясникова М.А. 2015. Практика профессионального медиаобразования. Екатеринбург, Изд-во Урал. ун-та, 180 с.

- Распопова С.С., Богдан Е.Н. 2018. Фейковые новости: информационная мистификация. М., АспектПресс, 112 с.
- Сипко Е.С. 2019. Использование платформы «Youtube» в системе образования бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Знак: проблемное поле медиаобразования, 2 (32): 59–64.
- Соколова Д.В. 2018. Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, 4: 3–25.
- Стернин И.А., Шестерина А.М., Грибанова К.И., Ошерова В.Д., Суворова А.С., Просовецкий Д.Ю. 2020. Маркеры фейка в медиатекстах. Под ред. И.А. Стернина, А.М. Шестериной. Воронеж, ООО «РИТМ», 34 с.
- Тулупов В.В. 2019. Журналистика и журналистское образование в современных условиях. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика, 1: 155–160.
- Фатеева И.А. 2007. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации. Челябинск, ЧелГУ, 270 с.
- Федоров А.В. 2001. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/Д., ЦВВР, 708 с.
- Федоров А.В. 2014. Массовое медиаобразование в современной России: реальные достижения и трудности. Школьные технологии, 4: 75–79.
- Федоров А.В. 2015. Медиаобразование: история и теория. М., МОО «Информация для всех», 450 с.
- Чельшева И.В. 2013. Теория и история российского медиаобразования. М., Директ-Медиа, 231 с.
- Шестеркина Л.П., Лободенко Л.К., Красавина А.В., Марфицына А.Р. 2021. Фактчекинг и верификация информации в контексте журналистского образования. Вопросы теории и практики журналистики, 10 (1): 94–108. DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(1).94-108.
- Berezhnaia M.A. 2019. Aesthetic Criteria in Journalism in the Aspect of Professional Education. Медиаобразование, 2: 207–215.
- Chelysheva I., Mikhaleva G. 2019. Russian and Foreign Approaches to Media Education of Young People in Matters Relating to Interethnic Tolerance. Медиаобразование, 59 (3): 381–392.
- Kaminskaya T.L. 2020. Media Education As An Anti-Fake Factor. In: The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. Vol. 87. Pedagogical Education - History, Present Time, Perspectives. Conference Proceedings, Veliky Novgorod, October 03–04 2019. Ed. A.G. Shirin. Veliky Novgorod, European Publisher: 383–388. DOI: 10.15405/epsbs.2020.08.02.49.
- Kaminskaya T.L., Erokhina O.V. 2020. “Yandex.zen”: Platform as a Tool for Media Education. Медиаобразование, 60 (2): 264–271.
- Katerynych P. 2021. Professional Competencies of a Modern Education Journalist. Медиаобразование, 2: 267–276.
- Shapovalova E. 2020. Improving Media Education as a Way to Combat Fake News. Медиаобразование, 60 (4): 730–735.

## References

- Barabash V.V., Grabel'nikov A.A., Gegelova N.S., Osipovskaya E.A., Rebrova A.D. 2019. Problemy modernizatsii zhurnalistskogo obrazovaniya v rossiyskikh vuzakh [Problems of modernization of journalism education in Russian universities]. In: Nternational conference “Education Environment for the information age – 2019” (EEIA – 2019). Collection of scientific papers. Ed. S.V. Ivanova. M., Publ. Institut strategii razvitiya obrazovaniya Rossiyskoy akademii obrazovaniya: 686–699.
- Golovin Yu.A. 2016. Actualizing the technological component in contemporary education in journalism. Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta, 1: 6. DOI: 10.17805/trudy.2016.1.6.
- Demina I.N., Krasnoyarova O.V. 2015. Journalism education in the economic university: the bsuel experience. Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii, 25 (2): 320–324. DOI: 10.17150/1993-3541.2015.25(2).320-324
- Dzyaloshinskiy I.M. 2013. Media education: work with text or the ability to navigate in the media space. In: Media Education 2013. Collected Works of the International Forum Conference, Moscow, October 31 – November 2, 2013. Ed. I.V. Zhilavskaya. M., Publ. RITs MGGU im. M.A. Sholokhova: 28–46 (in Russia).
- Ershov Yu.M. 2018. Phenomenon of fake in the context of communication practices. Tomsk state University Journal of Philology, 52: 245–256 (in Russia). DOI: 10.17223/19986645/52/15



- Zhilavskaya I.V. 2013. Mediaobrazovanie molodezhi [Media Education for Youth]. M., Publ. Mezhhregional'nyy tsentr innovatsionnykh tekhnologiy v obrazovanii, 234 p.
- Il'chenko S.N. 2020. Feykovaya zhurnalistika [Fake journalism]. M., Publ. KnoRus, 370 p.
- Isaeva V.N., Dotsenko V.G. 2018. Public relations specialist: functional characteristics of the profession. Trudy Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta putey soobshcheniya, 1: 30–35.
- Korochenskiy A.P. 2004. Mediakritika i mediaobrazovanie [Media criticism and media education]. Higher Education in Russia, 8: 40–46.
- Korochenskiy A.P. 2005. Mediaobrazovanie v Rossii: ne tol'ko vneshnie trudnosti i prepyatstviya [Media education in Russia: not only external difficulties and obstacles]. Media Education, 3: 37–42.
- Kokhanaya O.E. 2020. Konvergentnaya redaktsiya kak impul's sovershenstvovaniyu zhurnalistikogo obrazovaniya [Convergent editorial as an impulse to improve journalism education]. In: Vysshee obrazovanie dlya XXI veka: Tsifrovaya transformatsiya obshchestva: novye vozmozhnosti i novye vyzovy [Higher Education for the 21st Century: Digital Transformation of Society: New Opportunities and New Challenges]. Collection of articles of the XVI International Scientific Conference, Moscow, November 18–19, 2020. At 2 h. Part 2. Ed. I.M. Ilyinsky. M., Publ. Moskovskiy gumanitarnyy universitet: 66–70. Available at: <http://publications.mosgu.ru/index.php/main/catalog/book/24> (accessed: 30.01.2022).
- Lugovaja N.V., Sipko E.S. 2019. Integration of media education into school teaching (on the example of rstu "media school"). In: Strategicheskie orientiry razvitiya vysshej shkoly [Strategic guidelines for the development of higher education]. Collection of scientific papers of the National Scientific and Practical Conference, Moscow, November 15, 2019. M., KnoRus: 309–315.
- Makarova L.S. 2020. Formirovanie osnovnoj obrazovatel'noj programmy podgotovki bakalavrov po napravleniju «Zhurnalistika» v sootvetstvii s trebovaniyami professional'nyh standartov i zaprosami mediaindustrii [Formation of the main educational program for the preparation of bachelors in the direction of "Journalism" in accordance with the requirements of professional standards and the demands of the media industry]. In: Kommunikativnye strategii SMI: teoreticheskie podhody i novye realii [Communication Strategies of Mass Media: Theoretical Approaches and New Realities]. Collection of materials of the scientific and practical conference of the Department of Journalism, Nizhny Novgorod, March 12–13, 2020. Nizhnij Novgorod, Publ. NNGU im. N.I. Lobachevskogo: 106–115.
- Mjasnikova M.A. 2015. Praktika professional'nogo mediaobrazovaniya [the practice of professional media education]. Ekaterinburg, Publ. Ural. un-ta, 180 p.
- Raspopova S.S., Bogdan E.N. 2018. Fejkovye novosti: Informacionnaja mistifikatsiya [Fake news: Information hoax]. M., Publ. AspektPress, 112 p.
- Sipko E.S. 2019. Ispol'zovanie platformy «Youtube» v sisteme obrazovaniya bakalavrov napravleniya podgotovki «Reklama i svyazi s obshhestvennost'ju» [Use of the “youtube” platform in the system of modern education of bachelor trains of “advertising and public relations” training]. Sign: problematic field of media education, 2 (32): 59–64.
- Sokolova D.V. 2018. Fact checking and information verification in russian media: survey results. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika, 4: 3–25.
- Sternin I.A., Shesterina A.M., Gribanova K.I., Osherova V.D., Suvorova A.S., Prosoveckij D.Ju. 2020. Markery fejka v mediatekstah [Fake markers in media texts]. Ed. I.A. Sternin, A.M. Shesterina. Voronezh, Publ. OOO «RITM», 34 p.
- Tulupov V.V. 2019. Zhurnalistika i zhurnalistikoe obrazovanie v sovremennykh usloviyakh [Journalism and journalism education in modern conditions]. Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika, 1: 155–160.
- Fateeva I.A. 2007. Mediaobrazovanie: teoreticheskie osnovy i praktika realizatsii [Media Education: Theoretical Foundations and Implementation Practice]. Cheljabinsk, Publ. ChelGU, 270 p.
- Fedorov A.V. 2001. Media Education: History, Theory and Methods. Rostov n/D., Publ. CVVR, 708 p. (in Russia).
- Fedorov A.V. 2014. Massovoe mediaobrazovanie v sovremennoj Rossii: real'nye dostizheniya i trudnosti [Mass Media Education in Modern Russia: Real Achievements and Challenges]. Shkol'nye tekhnologii, 4: 75–79.
- Fedorov A.V. 2015. Media Education: History and Theory. M., Publ. MOO «Informatsiya dlja vseh», 450 p. (in Russia).



- Chelysheva I.V. 2013. Teorija i istorija rossijskogo mediaobrazovanija [Theory and history of Russian media education]. M., Publ. Direkt-Media, 231 p.
- Shesterkina L.P., Lobodenko L.K., Krasavina A.V., Marficyna A.R. 2021. Fact-checking and information verification in the context of journalism education. *Journalism education*, 10 (1): 94–108. DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(1).94-108.
- Berezhnaia M.A. 2019. Aesthetic Criteria in Journalism in the Aspect of Professional Education. *Media Education*, 2: 207–215 (in Russia).
- Chelysheva I., Mikhaleva G. 2019. Russian and Foreign Approaches to Media Education of Young People in Matters Relating to Interethnic Tolerance. *Медиаобразование*, 59 (3): 381–392.
- Kaminskaya T.L. 2020. Media Education As An Anti-Fake Factor. In: *The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS*. Vol. 87. Pedagogical Education - History, Present Time, Perspectives. Conference Proceedings, Veliky Novgorod, October 03–04 2019. Ed. A.G. Shirin. Veliky Novgorod, European Publisher: 383–388. DOI: 10.15405/epsbs.2020.08.02.49.
- Kaminskaya T.L., Erokhina O.V. 2020. “Yandex.zen”: Platform as a Tool for Media Education. *Медиаобразование*, 60 (2): 264–271.
- Katerynych P. 2021. Professional Competencies of a Modern Education Journalist. *Медиаобразование*, 2: 267–276.
- Shapovalova E. 2020. Improving Media Education as a Way to Combat Fake News. *Медиаобразование*, 60 (4): 730–735.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Смеюха Виктория Вячеславовна**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории и практики массовой коммуникации, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия

**Victoria V. Smeyukha**, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Theory and Practice of Mass Communication, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia

**Армаш Вероника Витальевна**, магистрант, Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Россия

**Veronika V. Armash**, master student, Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia