



МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

MEDIA EDUCATION

DOI: 10.22363/2312-9220-2022-27-2-388-398

УДК 070

Научная статья / Research article

К вопросу оценки креативной компетенции студентов-журналистов

В.В. Гаврилов 

*Сургутский государственный педагогический университет,
Российская Федерация, 626417, Сургут, ул. 50 лет ВЛКСМ, 10/2*

✉ victorg12@mail.ru

Аннотация. Данное исследование предлагает эффективную методику развития оценки креативности студентов-журналистов. В рамках вузовского обучения предлагается акцентировать внимание преподавателей на создании особой образовательной среды (медиапарка), где прогрессивные формы и методы обучения, игровые методики используются системно, в контексте экологии медиапроцессов. Особенность методики состоит в том, что по окончании учебно-воспитательного процесса (создание конкретного медиапродукта силами обучающихся) измеряется его эффективность с помощью сравнения исходных и конечных показателей креативной компетенции студентов-журналистов. Автор предлагает использовать тест речемыслительной креативности С. Медника, основанный на оценке уровня развития мышления и речи обучающегося в их взаимосвязи, что для будущих журналистов является крайне важным. Приводятся результаты практического применения данного вида оценки. Актуальность и новизна проблематики обусловлены следующими обстоятельствами. С одной стороны, активные формы и методы обучения, в том числе проектная деятельность, нашли широкое применение в вузах, с другой стороны, методика оценки креативной компетенции студентов в настоящее время недостаточно разработана и практически не применяется в учебном плане. Также следует признать, что оценка данной компетенции и вообще продуктов творчества, к которым, безусловно, относится журналистский текст, сложна и неоднозначна, поскольку на нее влияет большое количество субъективных факторов. В статье предлагается один из способов решения указанного противоречия.



Ключевые слова: творчество, креативная компетенция, журналистский текст, компетентностный подход, критерии оценки, речемыслительное тестирование

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию — 16 февраля 2022 г.; откорректирована — 17 марта 2022 г.; принята к публикации — 31 марта 2022 г.

Для цитирования: Гаврилов В.В. К вопросу оценки креативной компетенции студентов-журналистов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022. Т. 27. № 2. С. 388–398. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-2-388-398>

Revising the Assessment of Creative Competence of Journalism Students

Viktor V. Gavrilov 

*Surgut State Pedagogical University,
10/2 50 let VLKSM St, Surgut, 626417, Russian Federation*

✉ victorg12@mail.ru

Abstract. This study proposes an effective development methodology for evaluating the creativity of journalism students. Within the framework of university education, it is proposed to focus the attention of teachers on creating a special educational environment (media park), where progressive forms and methods of teaching, game methods are used systematically, in the context of the ecology of media processes. The peculiarity of the methodology is that at the end of the educational process (the creation of a specific media product by the students), its effectiveness is measured by comparing the initial and final indicators of the creative competence of student journalists. The author proposes to use S. Mednik's speech-thinking creativity test, which is based on an assessment of the level of development of the student's thinking and speech in their relationship, which is extremely important for future journalists. The article presents the results of the practical application of this type of assessment. The relevance and novelty of the problematic are due to the following circumstances. On the one hand, active forms and methods of teaching, including project activities, are widely used in universities, on the other hand, the methodology for assessing the creative competence of students is currently not well developed and is practically not used in the curriculum. It should also be recognized that the assessment of this competence and the products of creativity in general, which, of course, includes a journalistic text, is complex and ambiguous, since it is influenced by a large number of subjective factors. This article proposes one of the ways to resolve this contradiction.

Keywords: creativity, creative competence, journalistic text, competence-based approach, assessment criteria, verbal-thinking testing

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted: February 16, 2022; revised: March 17, 2022; accepted: March 31, 2022.

For citation: Gavrilov, V.V. (2022). Revising the assessment of creative competence of journalism students. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 27(2), 388–398. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-2-388-398>

Введение

Современное цифровое общество, ориентированное на инновации и эффективность социальных процессов, требует системных изменений в сфере высшей школы с обозначением новых ключевых компетенций будущих специалистов (Хуторской, 2011). Это касается и подготовки журналистов, которым необходимо прививать творческие навыки, востребованные в сетевом медиaprостранстве (Артемова, 2021; Олешко, 2016). В условиях конкурентной борьбы с блогерами профессиональные журналисты должны быть интересны аудитории, а для этого выпускники вуза должны в полной мере реализовать свои профессиональные компетенции, и креативность в данном случае выходит на первый план. В этой связи огромная ответственность ложится на систему современного высшего образования, которая должна выпускать специалистов, соответствующих запросам современного общества. А для этого необходимо уйти от традиционных форм и методов обучения, поскольку лишь инновационные подходы могут дать обществу креативных журналистов, способных достойно конкурировать с непрофессионалами в медиaprостранстве цифровой эпохи.

Креативная компетенция

Обычно в науке разграничиваются термины «компетенция» и «компетентность». Термин «компетентность» мы понимаем как готовность выпускника включиться в профессиональную деятельность в редакции и продемонстрировать результативность и эффективность этой деятельности. Вне всяких сомнений, в основе эффективной деятельности журналиста лежит творчество. Что касается креативной компетенции, то она определяется как совокупность знаний, умений, навыков, опыта, установок, личностных качеств и характеристик. Они, с одной стороны, ожидаемы и могут быть сформированы в рамках образовательного процесса, а с другой — позволят носителю компетенции активно включиться в инновационные процессы, происходящие в медиасреде, соотнести свою профессиональную деятельность с социальным запросом (Малахова, Бессарабова, 2014, с. 143).

Активные формы и методы обучения

В сложившихся условиях традиционные формы и методы обучения не могут, на наш взгляд, формировать креативную компетенцию в достаточной степени. Но и применение при подготовке журналистов активных методов без определенной системы, ситуативно, по нашему глубокому убеждению, не имеет смысла.

Эффективное обучение вообще и развитие креативной компетенции в частности возможно лишь при создании уникальной образовательной среды (скорее всего, в рамках проектной деятельности при изучении специальных дисциплин). Здесь можно согласиться с Ю.М. Ершовым, который в качестве формы организации такой среды предлагает медиапарк. Создание учебного медиапарка обеспечит, по мнению ученого, достижение двух задач: 1) для студентов-журналистов будет создана уникальная образовательная среда, которая объединит разных «специалистов» при решении учебной задачи; 2) моделирование профессиональных ситуаций, распределение «производительных» задач между участниками проекта повысит мотивацию студентов и позволит раскрыть их творческие способности. В этом проекте каждому найдется свое место: журналисты будут готовить тексты, дизайнеры, художники займутся оформлением материалов, IT-специалисты — продвижением контента в цифровой среде и т.д. На стыке различных наук и видов деятельности возникнет новое знание, появится практический опыт (Ершов, 2016, с. 16). Идея заключается в том, чтобы в рамках специфически организованной образовательной среды, например, имитирующей деятельность редакции, студенты-журналисты могли работать в группах над решением профессиональных задач, имеющих проблемный характер.

По сути, наша задача — создание коммуникативного учебного пространства, поскольку именно в рамках грамотно организованной образовательной среды мы сможем готовить студентов с развитыми коммуникативными и креативными компетенциями, поскольку журналистика — коллективный труд, предполагающий умение работать в команде. Становление журналиста как профессионала происходит именно в рамках коммуникативного взаимодействия с другими людьми, при учете различных социальных факторов. Уровень развития коммуникативных и креативных компетенций во многом обеспечит дальнейшую успешную социализацию выпускника.

Создание коммуникативного учебного пространства, имитация социального взаимодействия невозможны без использования активных форм и методов обучения, прежде всего — игровых (деловые и имитационные игры, мозговой штурм, case study и т.д.). В рамках смоделированной медиасреды в условиях учебного процесса названные формы и методы будут выглядеть органично и оправданно, а не как искусственная вставка. Данный подход укладывается в теорию экологии средств коммуникации, под которой мы понимаем взаимодействие журналиста с окружающей средой в рамках символических систем и медиатехнологий, а также его влияние на социум. Иными словами, журналист должен понимать свою роль в обществе и представлять те последствия и ту реакцию, которые могут быть вызваны его сообщением в рамках коммуникативного взаимодействия. Это подтверждает значимость создания особой практикоориентированной образовательной среды, где имитация медиапроцессов и социального взаимодействия позволит студентам просчитать возможные риски, осознать основные проблемы, стоящие перед современной журналистикой (Артемова, Артемов, 2020; Волкова, Уразова, Писарева, 2020).

Нам близки идеи А.М. Смолкина, который разработал классификацию активных методов обучения. Он делит их на две группы: 1) **имитационные: игровые** (деловая игра, педагогические ситуации и задачи, инсценирование) и **неигровые** (коллективная мыслительная деятельность, теория решения изобретательских задач (ТРИЗ); 2) **неимитационные: проблемная лекция, пресс-конференция, эвристическая беседа, дискуссия, самостоятельная работа с литературой** и др. (Смолкин, 1991, с. 192).

Данная классификация, как нам представляется, может быть дополнена. В работе со студентами-журналистами мы ориентируемся на следующие формы и методы обучения.

1. *Геймификация* — использование игровой методики в образовательном процессе с целью повышения внутренней мотивации обучающихся. Обеспечивает вовлеченность студентов в образовательный процесс, помогает сделать повседневные задачи более интересными. Студенты стремятся решить поставленные задачи, дойти до финала в отведенные сроки и даже вступить в единоборство с преподавателем (Олешко, 2016; Волкова, Десяева, Кильпеляйнен, Алгави, 2017).

2. *Одноранговое обучение (Peer instruction)* — интерактивный метод, предложенный Э. Мазуром. Учебная информация выводится за пределы учебного курса. Студенты знакомятся с материалом (лекциями) накануне. На занятии педагог предлагает ответить на ряд вопросов. Опрос проводится по четкой процедуре.

3. *Peer learning*. В основе лежат принципы массового сотрудничества «равный равному» и открытых образовательных ресурсов. Взаимодействие осуществляется с использованием интернет-технологий и взаимообучения (Ильичева, Кузьменкова, 2015).

4. *Проектная работа* — разновидность социального проектирования в области медиа, творческая разработка, обладающая целеполаганием, задачами и характером проектируемых изменений, масштабом и конкретными сроками реализации; направлена на достижение конкретных целей (Шестеркина, Марфицына, 2019).

5. *Коучинг* — метод работы с обучающимися; коуч (преподаватель) помогает студентам найти его собственное решение стоящей перед ним задачи (Трушевская, 2013).

Данные методы, с одной стороны, существенно обогащают педагогический инструментарий наставника, с другой — повышают мотивацию обучающихся, готовят их к коммуникативному взаимодействию с социумом, предоставляя широкие возможности для творческой самореализации.

Компетенции можно и нужно трактовать как переменные образовательного процесса (Темняткина, 2009). Это означает, что уровень сформированности компетенции должен быть измерен, при этом степень точности этих измерений определяется отобранными оценочными средствами. При работе в рамках выбранного нами подхода представляются не слишком эффективными, не отвечающими инновационным процессам, происходящим в сфере вузовского обучения, традиционные средства оценки. Они, как прави-

ло, направлены на определение уровня подготовленности обучающихся (уровень знаний, умений, навыков). Поэтому необходимо отобрать оценочные средства, которые позволили бы говорить об уровне развития креативности обучающихся, куда мы включаем умение работать с информацией, взаимодействовать с коллегами по цеху в процессе генерации идей, составлять оригинальные тексты, соответствующие поставленным задачам, воздействовать на слушателей, используя эффективные языковые средства.

По-нашему мнению, показателем развития высокого уровня креативной компетенции будет являться то, что обучающиеся способны отбирать и обрабатывать материал для подготовки журналистского текста (работа с чужим текстом), создавать оригинальные тексты, программировать различные способы воздействия на аудиторию с учетом конкретной задачи, а также — реакцию аудитории на заявленный тезис, аргументы и подачу материала.

Креативность как профессиональное качество позволяет студенту в полной (или достаточной) мере реализовывать собственные внутренние резервы, непосредственно связанные с мышлением и личностными особенностями.

Оценка креативной компетенции

Мы понимаем креативность как способность находить нестандартные решения, которые зачастую идут вразрез с общепринятыми установками, но позволяют достичь запланированных учебных результатов. Креативность тесно связана с мотивацией, саморазвитием личности в рамках учебной деятельности. Подобное качество позволит выпускнику с минимальными потерями адаптироваться в социуме, который требует от специалиста новаторских решений при выполнении профессиональных обязанностей. Понятия «творчество» и «креативность» близки по значению, но имеют некоторые различия: творчество считается более объемным понятием по отношению к креативности.

Оценивать креативность, творческие способности обучающихся, тем более — в динамике, достаточно сложно в силу специфики данного качества (Водяха, 2012). Исследователи расходятся во мнении о том, какие критерии оценки считать базовыми. Так, Н.Н. Малахова и О.Н. Бессарабова выделяют следующие характеристики креативности: умение решать нестандартно творческие задачи, отходить от стереотипов, искать необычные варианты решения, оригинальность мышления. Также авторы убеждены, что уровень развития креативности связан с уровнем развития речевого мышления (Малахова, Бессарабова, 2014). Отметим важность указанных критериев при оценке креативности обучающихся. Однако работа со студентами-журналистами имеет свою специфику. Поэтому для нас основополагающим критерием креативности будет способность к речевому творчеству с учетом поставленных преподавателем (редактором) задач.

В связи со спецификой дисциплины «Анализ журналистского текста» мы сконцентрировали свое внимание на создании и редактировании студен-

тами оригинальных журналистских текстов для печатных СМИ. Учебная группа 4-го курса (16 человек) филологического факультета Сургутского государственного педагогического университета в 2020/2021 учебном году работала в рамках особой образовательной среды (виртуальная творческая лаборатория, имитирующая деятельность редакции). Для постановки задач, обсуждения вариантов их достижения и представления результатов использовалась цифровая площадка Zoom. Данный сервис обеспечивает возможность дистанционного взаимодействия для участников видеоконференций, позволяет общаться посредством видео- и/или аудиосвязи, демонстрировать презентации и т.д. Все члены учебной группы получили конкретные «должности» в виртуальной редакции. Имитировалась реализация социального проекта «Помоги бездомным животным». По итогам работы (по окончании учебного курса) была проведена пресс-конференция, на которой первокурсники задавали вопросы по организации деятельности редакции и результатам проекта. Материалы, подготовленные авторами, публиковались в студенческой газете и буклетах. Замеры уровня креативности студентов группы проводились в начале и в конце работы по освоению дисциплины.

Каждому оценочному средству соответствовал определенный критерий оценивания, демонстрирующий, в какой степени учебный результат студента соответствует норме. Использование критерия в сочетании с определенным средством оценивания позволяет в итоге определить качество образования. Показатели студентов, полученные на двух этапах (констатирующем и контрольном), заносились в «Индивидуальный лист студента».

Существует немало методик диагностики творческого мышления как для детей, так и для взрослых, учитывающих те или иные критерии. Интерес представляют система образных и вербальных тестов Дж. Гилфорда и «Миннесотские тесты творческого мышления» (МТТМ), разработанные Е.П. Торрансом. Нами уровень развития креативности студентов-журналистов оценивался с помощью психологического анкетирования, тестирования, наблюдения и собеседования при использовании активных методов обучения в рамках образовательного процесса в вузе.

Основным был выбран тест речемыслительной креативности (РМК), созданный российскими учеными на базе теста РАТ (тест отдаленных ассоциаций) С. Медника (Методы психологической диагностики, 1993). Мы использовали данный тест потому, что, во-первых, существует его модификация для взрослых, а во-вторых, — тест имеет непосредственное отношение к речевому творчеству, которое является для журналистов определяющим.

Тест РМК (русскоязычная версия) — это вербальная методика. Испытуемому предъявляются однотипные вербальные задачи: разминка и две серии заданий. Вторая серия задач дается через определенный промежуток времени и отличается от первой инструкцией, цель которой создать у испытуемого мотивацию достижения.

После проведения в рамках эксперимента входного и итогового контроля, результаты которого приведены в табл. 1, мы проанализировали полученные данные.

Таблица 1

**Уровень развития креативности у экспериментальной группы
(студенты-журналисты 4-го курса)**

Характер инструкции	Результаты тестирования			
	Количественный индекс		Индекс оригинальности	
	Испытуемые (входной и итоговый замеры соответственно)		Испытуемые (входной и итоговый замеры соответственно)	
	16 чел.	16 чел.	16 чел.	16 чел.
Не включает установки на достижение оригинальных результатов	2,29	3,6	1,73	2,99
Включает установку на достижение оригинальных результатов	2,66	3,34	1,68	2,78

Table 1

**The level of development of creativity in the experimental group
(students-journalists of the 4th year)**

Nature of instruction	Test results			
	Quantitative index		Originality index	
	Subjects (input and final measurements, respectively)		Subjects (input and final measurements, respectively)	
	16 people	16 people	16 people	16 people
Does not include a setting to achieve original results	2.29	3.6	1.73	2.99
Includes setting to achieve original results	2.66	3.34	1.68	2.78

Уровень развития креативности оценивался по четырем критериям: индекс продуктивности, индекс оригинальности, индекс уникальности ответов, индекс селективного процесса. Принимались во внимание не столько количественные, сколько качественные данные, которые для нас являются более информативными.

Очевиден рост показателя креативности в группе по окончании работы в творческой лаборатории. Полученные результаты мы объясняем использованием в системе активных форм и методов обучения, которые были направлены на развитие именно речевого творчества в рамках особой образовательной среды. Анализ текстов журналистов также подтверждает эти результаты. Тексты содержат оригинальные заголовки, игру слов, активное использование выразительных средств. Используются оригинальные виды зачинов и концовок.

Кроме того, после проведенного эксперимента, с учетом полученных результатов, был организован коучинг. Нам необходимо было понять, какие компетенции для студентов значимы и на каком месте в списке находится «креативность» в группе. Студенты об этой задаче не знали и определяли приоритеты с учетом своей будущей профессиональной деятельности.

Обучающимся было предложено составить иерархию желаемых компетенций (выбрать из предложенных).

Итак, «Мои идеальные компетенции (образ себя в будущем)». Иерархия компетенций для каждого студента составлялась отдельно, но здесь мы приводим обобщенные результаты:

1. Коммуникабельность.
2. Целеустремленность.
3. Адаптивность.
4. Креативность.
5. Психологическая устойчивость.
6. Организаторские способности.
7. Эмпатия.
8. Прогноз будущего.
9. Мотивирование.
10. Интуитивность.

Как видим, для студентов приоритетными являются целеустремленность, то есть желание добиваться поставленных целей, и коммуникабельность (как важнейшая профессиональная компетенция). Вне всяких сомнений, это показатель будущей социальной адаптации благодаря выстраиванию эффективной стратегии речевого взаимодействия (работа с коллегами в редакции, интервью, беседы, конференции, брифинги и т.д.). Студенты мотивированы на то, чтобы влиять на аудиторию (организаторские способности), готовы творить и при этом сохранять психологическую устойчивость, то есть объективно оценивать свои успехи и неудачи, а также давать адекватную оценку поведению других людей. Любопытно, что интуитивность поставлена на последнее место. Полагаем, это может быть свидетельством того, что при работе в СМИ обучающиеся не собираются полагаться на случай и готовы всякий раз создавать план будущего взаимодействия (с учетом всех условий общения). Важно отметить, что креативность стоит на четвертом месте. Студенты понимают значимость данной компетенции, готовы развивать ее и применять на производстве.

Выводы

Итак, данные тестирования показали эффективность предложенной системы оценивания. Мы убеждены, что в рамках вузовского обучения преподавателям медийных дисциплин и приглашенным специалистам-практикам необходимо сконцентрировать свое внимание на формировании креативной компетенции, когда в рамках проекта, лаборатории или медиапарка создается особая образовательная среда, системно используются активные формы и методы обучения. При этом важна нацеленность на конкретный медиапродукт (в нашем случае — печатный). Умения генерировать идеи, включаться в инновационные процессы, отвечать на вызовы времени помогут выпускникам адаптироваться в современной цифровой среде.

Библиографический список

Артемова Ю.В. Подготовка журналиста в вузе: развитие профессиональных компетенций: учебное пособие. Елец: ЕГУ им. Бунина, 2021.

Артемова Ю.В., Артемов А.С. Развитие творческой активности студентов в образовательном пространстве вуза // Психология образования в поликультурном пространстве. 2020. Т. 50, № 2. С. 58–65.

Водяха С.А. Креативная компетентность: подходы к измерению // Оценка качества обучения в образовательных учреждениях: сборник научных статей. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. Екатеринбург, 2012. С. 28–33.

Волкова И.И., Десяева Н.Д., Кильпелайнен Е.С., Алгави Л.О. Геймификация в образовании: поединок с боссом // Образовательное пространство в информационную эпоху (ЕЕИА-2017): сборник научных трудов междунар. научно-практ. конференции, Москва, 7–8 июня 2017 г. М.: Институт стратегии развития образования РАО, 2017. С. 330–340.

Волкова И.И., Уразова С.Л., Писарева М.Н. Критерии формирования коммуникативного пространства в студенческой среде: погружение в творчество // Ученые записки Забайкальского университета. 2020. Т. 15. № 1. С. 75–81.

Ершов Ю.М. Модели журналистского образования в цифровую эпоху // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С. 13–16.

Ильичева В.В., Кузьменкова К.Е. Мультимедийный портал как площадка для развития профессиональных навыков // Проблемы современного радиовещания: материалы I научно-практической конференции, 9 апреля 2015 г., Москва / под ред. В.В. Барабаша. М.: РУДН, 2015. С. 32–38.

Малахова Н.Н., Бессарабова О.Н. Формирование креативной компетентности в системе образования инновационного общества // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. № 1. С. 139–143.

Методы психологической диагностики / под ред. В.Н. Дружинина, Т.В. Галкиной. М.: Институт психологии РАН, 1993. 88 с.

Олешко В.Ф. Печатные СМИ в контексте новых моделей информационного взаимодействия с аудиторией // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 года. Екатеринбург, 2016. С. 59–62.

Смолкин А.М. Методы активного обучения. М.: Высшая школа, 1991. 207 с.

Темняткина О.В. Оценка результатов образования обучающихся ОУ НПО и СПО на основе компетентностного подхода: методическое пособие. Екатеринбург, ИРРО, 2009. URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-39066.html?page=4> (дата обращения: 29.01.2022).

Трушевская А.А. Развитие технологий коучинга в образовательном пространстве вуза // Проблемы современной экономики. 2013. Т. 45. № 1. С. 227–231.

Хуторской А.В. Определение общепредметного содержания и ключевых компетенций как характеристика нового подхода к конструированию образовательных стандартов // Вестник Института образования человека. 2011. № 1. URL: <https://eidos-institute.ru/journal/> (дата обращения: 29.01.2022).

Шестеркина Л.П., Марфицына А.Р. Проектная журналистика и современные тенденции журналистского образования // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2019. Т. 14. № 1. С. 40–48. <https://doi.org/10.21209/2658-7114-2019-14-1-40-48>

References

Artemova, Yu.V. (2021). *Training a journalist at a university: development of professional competencies: study guide*. Yelets: Yerevan State University Bunin.

Artemova, Yu.V., & Artemov, A.S. (2020). Development of creative activity of students in the educational space of the university. In *Psychology of education in a multicultural space*, 50(2), 58–65.

Druzhinina, V.N., & Galkina, T.V. (Ed.). *Methods of psychological diagnostics*. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, 1993.

Ershov, Yu.M. (2016). Models of Journalism Education in the Digital Age // *Journalistic Yearbook*, (5), 13–16.

Ilyicheva, V.V., & Kuzmenkova, K.E. (2015, April 9). Multimedia portal as a platform for the development of professional skills. In *Problems of modern radio broadcasting: materials of the 1st scientific and practical conference* (pp. 32–38). V.V. Barabasha (Ed.). Moscow: RUDN University.

Khutorskoy, A.V. (2011). Definition of general subject content and key competencies as a characteristic of a new approach to the design of educational standards. *Bulletin of the Institute of Human Education*, (1). Retrieved January 29, 2022: <https://eidos-institute.ru/journal/>

Malakhova, N.N., & Bessarabova, O.N. (2014). Formation of creative competence in the education system of an innovative society. *Humanitarian, socio-economic and social sciences*, (1), 139–143.

Oleshko, V.F. (2016). Print media in the context of new models of information interaction with the audience. *Journalism of the digital era: how the profession is changing: materials of the Intern. scientific-practical. Conf. 2016, April 14–15* (pp. 59–62). Yekaterinburg.

Shesterkina, L.P., & Marfitsyna, A.R. (2019). Project journalism and modern trends in journalism education. *Scientific notes of the Transbaikal State University*, 14(1), 40–48. <https://doi.org/10.21209/2658-7114-2019-14-1-40-48>

Smolkin, A.M. (1991). *Methods of active learning*. Moscow: Higher school.

Temnyatkina, O.V. (2009). *Evaluation of the results of education of students of educational institutions of NGOs and secondary vocational education based on a competency-based approach. Toolkit*. Yekaterinburg, IRRO. URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-39066.html?page=4> (accessed: 29.01.2022).

Trushevskaya, A.A. (2013). Development of coaching technologies in the educational space of the university. *Problems of modern economics*, 45(1), 227–231.

Vodyakha, S.A. (2012). Creative competence: approaches to measurement // *Assessment of the quality of education in educational institutions: a collection of scientific articles* (pp. 28–33). Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University. Yekaterinburg.

Volkova, I.I., Desyaeva, N.D., Kilpelyainen, E.S., & Algavi, L.O. (2017). Gamification in education: a duel with the boss. In *Educational space in the information age (EEIA-2017): collection of scientific papers of the international scientific and practical. conferences*, Moscow, (June 7–8, pp. 330–340). Moscow: Institute for Education Development Strategy RAO.

Volkova, I.I., Urazova, S.L., & Pisareva, M.N. (2020). Criteria for the formation of a communicative space in the student environment: immersion in creativity // *Uchenye zapiski Zabaykalskogo universiteta*, 15(1), 75–81.

Сведения об авторе:

Гаврилов Виктор Викторович, кандидат педагогических наук, доцент кафедры филологического образования и журналистики, Сургутский государственный педагогический университет. ORCID ID: 0000-0002-1279-3066; e-mail: victorg12@mail.ru

Bio note:

Viktor V. Gavrilov, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Philological Education and Journalism, Surgut State Pedagogical University. ORCID ID: 0000-0002-1279-3066; e-mail: victorg12@mail.ru