

Возможность использования школьных СМИ в популяризации инженерного образования

Нечаева Мария Алексеевна,

учитель истории и обществознания,

МАОУ СОШ № 215 “Созвездие”, г.Екатеринбург,

marial.nechaeva@yandex.ru

Аннотация. В статье автор исследует проблему дефицита специалистов инженерной области. На основе полученных эмпирических данных, автор делает вывод, что решением проблемы может стать использование технологий медиаобразования.

Ключевые слова: инженерное образование, дополнительное образование, школьные СМИ, медиаактивность, медиаобразовательные технологии.

Одним из ключевых последствий распада СССР явилось закрытие множества предприятий и исследовательских институтов, в результате чего произошел упадок инженерного направления профессиональной деятельности. На сегодняшний день российское общество продолжает испытывать на себе негативное влияние данного явления, ощущая нехватку специалистов инженерной области.

Подтверждением наличия данной проблемы являются статистические данные. По сведениям, предоставленным популярным сервисом интернет-рекрутмента “HeadHunter” (более известном, как “HH.RU”), в среднем на одну открытую вакансию инженера в 2019-2020 годах приходилось менее двух соискателей, что свидетельствует об остром дефиците в области. При этом уровень заработной платы, предлагаемый работодателями варьируется от 50 до 175 тысяч рублей, что достигает и

превышает уровень среднемесячной заработной платы по стране 51 083 рубля¹.

Так почему же при достаточном уровне предлагаемой заработной платы, инженерные профессии продолжают быть непопулярными среди соискателей? В статье информационного портала “Newsland” “Почему "технари" в дефиците?” выделяются такие причины как: *представления о низком уровне престижа инженерных специальностей, недостаточный уровень владения точными науками, отсутствие профориентационной работы*².

Оказать содействие в решении обозначенных проблем, а также способствовать популяризации инженерных специальностей среди обучающихся общеобразовательных школ способны *технологии медиаобразования*, представленные школьными СМИ через такие направления как: *дополнительное образование* (школьное радио, школьная газета, школьное телевидение) и *школьные аккаунты в социальных сетях*.

Садыкова Т.А. считает, что поиск, сбор и систематизация сведений об окружающем мире с давних времен помогали человеку реализовывать свой творческий потенциал в различных сферах. Отсюда следует, что привлекая учащихся к журналистской деятельности, мы можем развить дополнительный познавательный интерес к инженерной области³.

В МАОУ СОШ № 215 “Созвездие” возможности использования медиаобразовательных технологий через дополнительное образование в целях популяризации инженерного направления были применены на

¹ Популярная механика. Рынку труда снова понадобились инженеры. URL: <https://rg.ru/2021/03/29/rynku-truda-snova-ponadobilis-inzhenery.html> (дата обращения: 03.02.2022).

² Почему "технари" в дефиците? URL: <https://newsland.com/user/4296752714/content/pochemu-tekhinari--v-defitsite/4232998> (дата обращения: 03.02.2022).

³ Садкова Т.А. Феномен школьных СМИ в современной культуре. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-shkolnyh-smi-v-sovremennoy-kulture> (дата обращения: 03.02.2022).

практике. Так, в рамках курса внеурочной деятельности “Школьное радио” обучающиеся под руководством Ильиных М.В. готовили специальные репортажи и радиопередачи об устройстве вещей. В результате наблюдений удалось выявить, что ученики, готовившие передачи “Технологическая программа” и “Что? Откуда? Почему”, стали проявлять больший интерес к инженерным направлениям деятельности.

Развитие познавательного интереса в области инженерного дела проявлялось и у обучающихся, посещавших занятия программы дополнительного образования Нечаевой М.А. “Школьная онлайн-газета”. Ребята, самостоятельно исследовавшие и готовившие статьи для таких рубрик, как “Инженерика” и “Лайфхаки”, начинали обсуждать темы выпусков, признавая увлекательность инженерной области.

Помимо курсов дополнительной подготовки популяризации инженерного образования активно способствуют школьные аккаунты в социальных сетях. Регулярная публикация информации о достижениях участников конкурсов инженерной направленности, а также сведений о грядущих мероприятиях, изложенных в доступной и интерактивной форме, мотивирует учеников на участие.

Таким образом, мы установили, что решение проблемы дефицита специалистов инженерной области может начинаться с воспитания познавательного интереса к данному направлению у обучающихся общеобразовательной школы, а интеграция учеников в такую доступную и интерактивную среду, как школьные СМИ, позволит достичь желаемого результата.

Список литературы:

1. Апталаев М. Н., Жалко М. Е., Хаматнурова Е. Н., Калинина К.А. Дополнительное образование как способ популяризации инженерной отрасли среди школьников URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dopolnitelnoe-obrazovanie-kak-sposob->

populyarizatsii-inzhenernoj-otrasli-sredi-shkolnikov (дата обращения: 03.02.2022).

2. Популярная механика. Рынку труда снова понадобились инженеры.
URL: <https://rg.ru/2021/03/29/rynku-truda-snova-ponadobilis-inzhenery.html> (дата обращения: 03.02.2022).
3. Почему "технари" в дефиците? URL: <https://newsland.com/user/4296752714/content/pochemu-tekhnari-v-defitsite/4232998> (дата обращения: 03.02.2022).
4. Садкова Т.А. Феномен школьных СМИ в современной культуре.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-shkolnyh-smi-v-sovremennoy-kulture> (дата обращения: 03.02.2022).