

УДК378.14:004 (045)

*С.Л. Троянская***ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ И СТУДЕНТОВ**

Повсеместное распространение информационно-коммуникационных технологий, существование в условиях «цифровой культуры» актуализирует необходимость развития медиакомпетентности личности. В задачи нашего исследования входило оценить и сравнить развитие медиакомпетентности школьников и студентов по мотивационному компоненту, включающему в себя мотивы контакта с медиа и медиатекстами, контактному компоненту как частоте общения с медиа, информационному, креативному, перцептивному, оценочному и практическому компонентам. При проведении эмпирического исследования использованы модифицированные блоки вопросов методики А.В.Федорова для выявления развития показателей медиакомпетентности и разработанный нами ряд творческих заданий, сочинения и эссе.

В ходе исследования проведено оценивание и сравнение развития медиакомпетентности школьников и студентов младших курсов по вышеперечисленным показателям. По результатам сравнения показателей медиакомпетентности, анализа особенностей медиапотребления, сочинений и эссе респондентов, мотивам выбора медиаресурсов мы выявили совершенно недостаточное развитие, в частности, критического мышления, способностей к анализу информации как у школьников, так и у студентов. Полученные данные послужили основой для разработки экспериментальной медиапедагогической программы по развитию медиакомпетентности школьников, их рефлексивных способностей и критичности восприятия. По результатам эмпирического исследования нами был разработан ряд практических рекомендаций для педагогов как общеобразовательных школ, так и работающих в системе дополнительного образования и заинтересованных в развитии медиакомпетентности школьников.

Ключевые слова: медиакомпетентность, медиаобразование, показатели медиакомпетентности: контактный, информационный, креативный, перцептивный, интерпретационно-оценочный, практический, медиапедагогическая программа.

DOI: 10.35634/2412-9550-2020-30-1-89-96

Глобальное распространение цифровых и информационно-коммуникационных технологий привело к появлению таких социокультурных явлений как медиапотребление и «цифровой» образ жизни. Медиапотребление становится повсеместно распространенной социальной практикой применения коммуникационных средств (медиа) с целью поиска необходимой информации, осуществления контактов. В конце XX в. в отечественной педагогике появляется и термин «медиакомпетентность как способность использовать медиа в личных целях, без посторонней помощи для понимания, создания и распространения медиатекстов» [11; 16]. Используют ли современные дети с эффективностью информацию из медиаисточников для собственного обучения, развития и самосовершенствования? Как отмечают J.M. Perez Tornero и T. Varis: «Мы – это то, какой контент мы потребляем. Мы массово потребляем примитивный контент» [18]. Способно ли нынешнее и будущее поколения к использованию информации, критическому ее осмыслению, анализу ее сути, выявлению достоверности?

Только в XXI в. произошло смещение научных интересов к проблемам медиакультуры и медиаобразования в среде таких исследователей, как А.В. Федоров, Н.М. Змановская, И.В. Жилавская, И.А. Фатеева, Н.А. Леготина [1; 5; 7; 10; 12]. «Новая специализация «медиаобразование» по педагогическим направлениям подготовки оформляется в министерстве образования России в 2002 г. «Медиаобразование обучает личность интерпретировать сообщения, выбирать наиболее подходящие для коммуникации медиа, позволяет людям осуществлять их право на свободу самовыражения, что не только способствует личному развитию, но также увеличивает социальное участие и интерактивность» [6. С. 65; 12. С. 6].

Является ли «безудержное потребление информации через разнообразные средства массовой коммуникации безопасным для молодежи» [4; 16]? Необходимо ли целенаправленно развивать культуру потребления информации у школьников и студентов, развивать их критическое отношение к предлагаемому средствами СМИ контенту, то есть повсеместно «внедрять медиаобразование в учебно-воспитательный процесс» [1; 10]? Вопросов возникает множество, и часто они остаются без конкретных ответов. Хотя формирование личности происходит в недрах того контента, который потребляется, в настоящее время, как правило, примитивного. И, кроме того, приходится с сожалением констатировать, что в настоящий момент развитие образования скорее направлено на внедрение новых

технологий получения и распространения информации, в то время как проблема формирования медиакомпетентности личности так и остается нерешенной.

Категории медиаобразования и медиакомпетентности определялись такими учеными, как А.В. Федоров, Е.А. Медведева, У. Зандер, Л.К. Шиян, многими зарубежными авторами, а также Европейским парламентом [17. С. 4; 18; 19. С. 78; 20]. Медиаобразование, по А.В.Федорову, – это «процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» [11-14]. Под медиакомпетентностью мы понимаем способность и готовность студентов и школьников использовать, критически оценивать и передавать медиатексты и оцифрованную информацию разного вида, активно применять их в собственном образовательном процессе.

Однако уровень развития медиакомпетентности не только школьников, но и студентов невысокий, информация воспринимается буквально, без критического анализа и просто репродуцируется в учебных целях. Кроме того, широкие возможности информационно-коммуникационных технологий часто используются учащимися преимущественно в развлекательных и потребительских целях.

Учитывая указанные особенности медиапотребления обучающихся, опираясь на данные о мотивах их выбора медиаресурсов, частоту обращения к сети Интернет, мы предположили, что критическое мышление обучающихся, их способности к критическому анализу, оценке и творческому применению медиатекстов, созданию собственных учебных медиапродуктов недостаточно развиты не только у школьников, но и у студентов младших курсов. Необходима педагогическая программа развития медиакомпетентности обучающихся, реализованная либо отдельным курсом в учебной или во внеучебной деятельности, либо в системе дополнительного образования. Развитие медиакомпетентности обучающихся, безусловно, должно перестать оставаться стихийным процессом и носить выраженный педагогический характер, то есть быть специально организованным целенаправленным процессом.

Задачи и методы исследования

В задачи нашего исследования входило исследовать и сравнить медиакомпетентность школьников и студентов по мотивационному компоненту, включающему в себя мотивы контакта с медиатекстами, контактному компоненту как частоте общения к медиа, информационному, креативному, перцептивному, оценочному и практическому компонентам. При проведении эмпирического исследования использованы модифицированные блоки вопросов методики А.В.Федорова для выявления развития медиакомпетентности школьников и студентов и разработанный нами ряд творческих заданий для анализа развития критического мышления [8].

Эмпирическую базу исследования составляли студенты второго курса гуманитарного факультета Удмуртского государственного университета в количестве 19 человек (диапазон возраста от 19 до 25 лет) и 21 ученик шестого класса Ижевской муниципальной школы «Гармония» (возраст 12–14 лет). Таким образом, проведены анкетирование и анализ творческих заданий 40 человек в возрасте от 12 до 25 лет.

Методическое обеспечение исследования составляли анкетирование с помощью модифицированного опросника для определения медиакомпетентности и медийных предпочтений школьников и студентов на базе методики А.В. Фёдорова [12]. Применялся также анализ творческих работ, сочинений и эссе школьников и студентов, позволяющий оценить развитие их критического мышления и креативного показателя медиакомпетентности.

Констатация медиакомпетентности опиралась на классификацию показателей развития медиакомпетентности личности. Студентам и школьникам было предложено 7 основных блоков вопросов анкеты закрытого типа для выявления развития таких показателей медиакомпетентности, как:

1. Мотивационный показатель предполагал умение обучающегося назвать предпочитаемые виды медиа и мотивы контакта с ними – интеллектуальные, творческие, тематические, психологические, эмоциональные, эстетические;
2. Контактный показатель определял частоту контактов с различными видами медиа;
3. Информационный показатель констатировал знание терминологии и истории становления и функционирования медиакультуры;

4. Перцептивный показатель определял способности адекватного восприятия, в том числе, соотнесения с авторской позицией и понимание основных смыслов, заложенных в медиатексте;

5. Интерпретационно-оценочный показатель предполагал способность к анализу, оценивание полезности, достоверности, безопасности медиатекста, его интерпретацию обучающимися;

6. Практико-операционный показатель понимался нами как реализация практических умений пользователей медиатекстов, владения информационно-коммуникационными технологиями;

7. Креативный показатель развития медиакомпетентности аудитории определял уровень творчества, способность к созданию собственных медиапродуктов.

Каждый из семи блоков содержал от 4 до 8 вопросов с предложенными вариантами ответов [8].

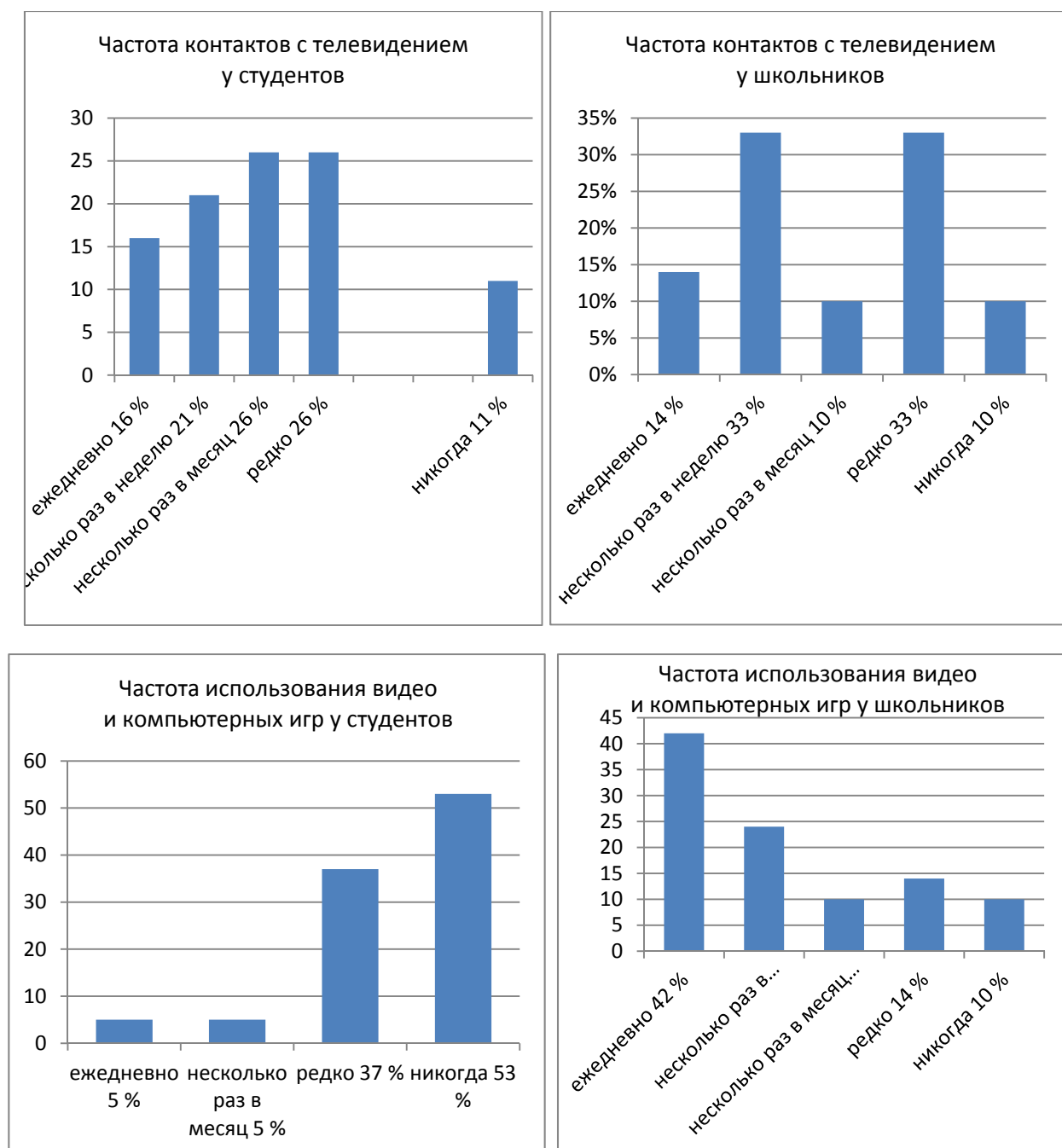


Рис. 1. Частота контактов с разными видами медиа и реализация умений в их применении

Результаты исследования и их обсуждение

Результаты исследования по оцениванию контактного, информационного и практико-операционного показателей медиакомпетентности как степени приобщенности респондентов к медиакультуре, приоритетности выбора тех или иных видов медиа, умениям практически использовать разные способы получения информации, представлены на рис. 1.

Проанализировав ответы респондентов на вопросы анкеты, мы отметили, что телевидение не занимает регулярно ни студентов, ни школьников; малое количество респондентов смотрит его ежедневно, частота контакта с книгами и печатными изданиями у школьников больше, чем у студентов, радио слушают и те и другие, Наблюдается некоторая разница в обращении к компьютерным играм: все школьники играют в компьютерные игры, а большая часть из них – каждый день, с другой стороны, достаточно много студентов (53 %) в последнее время не играют в компьютерные игры никогда. Сетью Интернет, в том числе с учебными целями, одинаково часто пользуются и школьники, и студенты. 100 % студентов ежедневно используют интернет, у них на достаточно высоком уровне развиты практические умения и навыки его использования. 90 % школьников обращаются к сети интернет каждый день, а 10 % – несколько раз в неделю. Операционно-практические навыки развиты достаточно. По результатам исследования нами констатируется развитие практических умений пользователей, владение информационными технологиями и их частое использование, в том числе, в учебном процессе, то есть практико-операционный показатель медиакомпетентности и у школьников, и у студентов достаточно высокий.

Данные констатирующего эксперимента по изучению мотивационного, перцептивного и информационного компонентов медиакомпетентности приведены на рис. 2. Респондентам предлагался список тем в рамках использования различных видов медиа, в том числе, прессы, радио, телевидения, Интернета, видео и компьютерных игр, из которых нужно выбрать предпочитаемые темы, а также список психологических, терапевтических, эмоциональных, моральных, интеллектуальных, творческих и эстетических мотивов контакта с этими медиатекстами и их восприятия. Таким образом, мы исследовали тематические предпочтения и перцептивные мотивы контактов с медиа у школьников и студентов. Результаты исследования представлены на рис. 2 и 3.

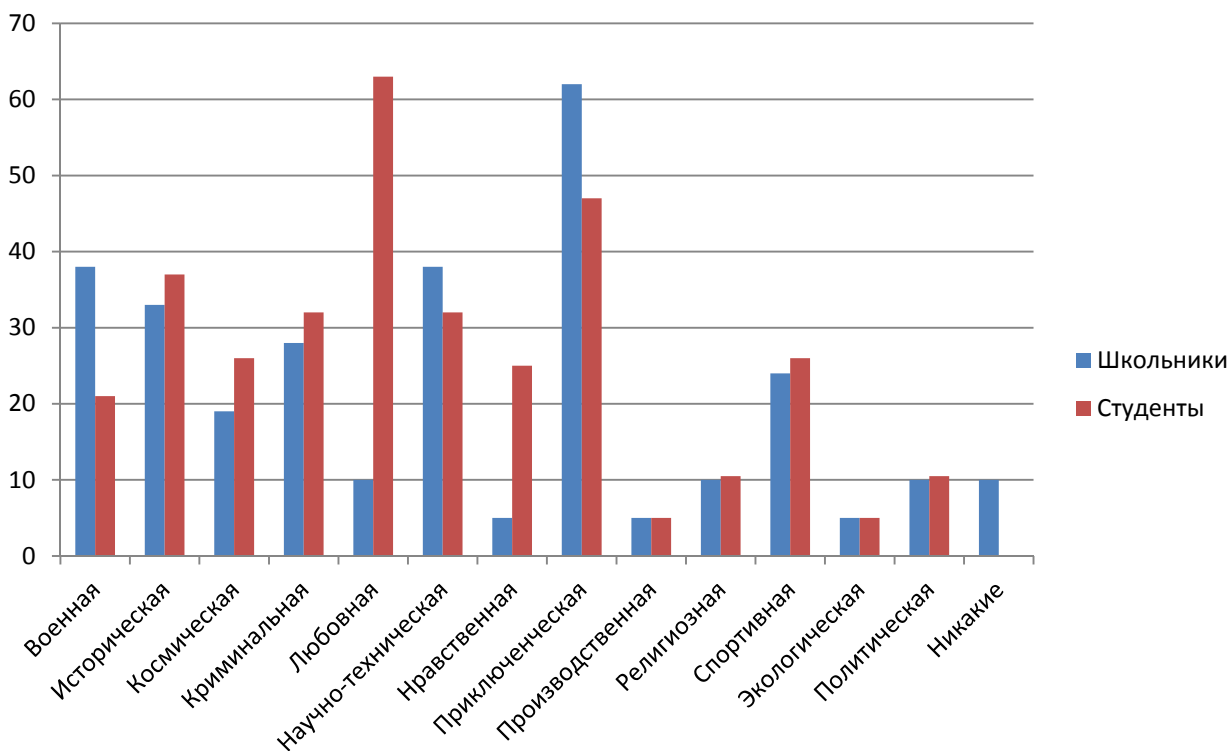


Рис. 2. Тематические предпочтения в радио и телепередачах, интернете

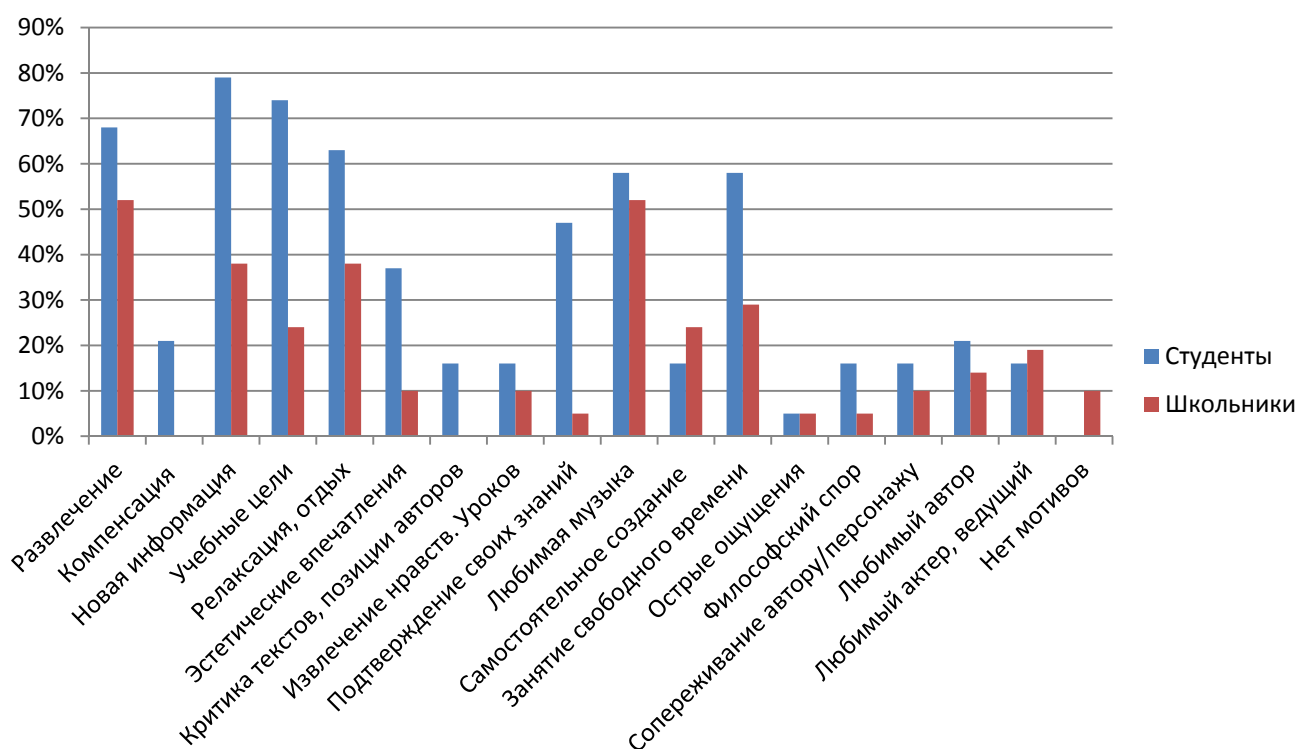


Рис. 3. Мотивы контактов и результаты восприятия (перцепции) медиа у школьников и студентов

Тематические предпочтения отражают понятный интерес студентов к любовной тематике, а подростков – к приключенческой. Значительно интересуются обучающиеся также военной, исторической, криминальной, спортивной и научно-технической информацией. Экологическая, религиозная, производственная, а также политическая тематика занимают их в меньшей мере.

Разнообразные мотивы контактов с медиа, способы их восприятия, переживания и ощущения при контакте представлены на рис. 3.

Полученные нами данные о тематических предпочтениях видов СМИ, мотивов контактов, информированности и результатов восприятия (перцепции) медиа, практико-операционных умениях у школьников и студентов младших курсов, наглядно представленных на рис. 2 и 3, позволяют заключить, что предпочтительно выбираемая причина контакта с медиа среди студентов – это стремление получить новую информацию; следующим по значимости является поиск материалов для учебных целей, на третьем месте – развлекательный мотив. Ресурсы сети интернет используются студентами чаще всего именно в познавательных целях. В силу того, что большую часть учебной информации им необходимо искать, изучать самостоятельно, у них формируется устойчивая мотивация на поиск и получение информации в сети. Необходимо констатировать, тем не менее, что значительное количество испытуемых используют Интернет и социальные сети с целью занять свободное время, а также для развлечения.

У школьников самые частые причины контактов с медиа – это прослушивание музыки и стремление к развлечению. Практически вся информация, необходимая школьникам для обучения по школьной программе, дается на уроке учителем или ее можно найти в учебниках, поэтому и направленность интересов в Интернете у них чаще развлекательная [15]. И школьники, и студенты любят слушать музыку, получать эстетические впечатления, сопереживать персонажу, любимому актеру; студенты больше, чем школьники, предпочитают кино.

Интернет, который на сегодняшний день – самая значительная база новой информации, еще не до конца вытеснил традиционные СМИ, телевизионные и радиопередачи: и у школьников, и у студентов наблюдаются значительное количество контактов с разнообразными медиа. Они успевают играть в видео и компьютерные игры, читать книги, осуществлять коммуникацию в сетях; смотреть телевизор – меньше, чаще пропадают на просторах Интернета. Таким образом, контактный показатель развития медиакомпетентности достаточно высок.

Оценивание мотивационного показателя выявило наиболее популярные у исследуемой нами аудитории мотивы контакта с медиатекстами: тематические, психологические, эмоциональные, моральные, интеллектуальные, творческие, эстетические, а также их восприятие. Формирование личности школьника и студента происходит не на изолированном острове, а в том контенте, в котором он существует, а это разные виды СМИ, интернет, социальные сети. Мы считаем, что подрастающее поколение необходимо настойчиво приучать к использованию познавательных и просвещающих медиа, способствующих развитию их медиакомпетентности. В трудно выполнимые сегодня задачи педагога входит мотивация культуросообразного времяпрепровождения, а не только развлечения и потребления информации и товаров.

Анализ творческих работ, сочинений и эссе школьников и студентов, позволяющий оценить развитие их критического мышления, интерпретационно-оценочного и креативного показателей, выявил недостаточный уровень развития интерпретационно-оценочного компонента медиакомпетентности, понижение уровня критического мышления обучающихся. Как школьники, так и студенты часто затрудняются проанализировать и критически оценить то или иное произведение или блок информации, выделить главное и второстепенное, отделить смысл от сопутствующих и часто противоречивых данных, сделать выводы. Испытывают значительные трудности при критическом анализе информации, а также при самооценивании, что выявлено при проверке собственных творческих продуктов обучающихся, их сочинений и эссе.

По результатам сравнения разных показателей медиакомпетентности, анализа особенностей медиапотребления, мотивам выбора медиаресурсов мы выявили, в частности, недостаточное развитие критического мышления обучающихся (и школьников, и студентов). Нами была разработана экспериментальная педагогическая программа для развития медиакомпетентности и ряда ее показателей: интерпретационно-оценочного, перцептивного, практико-операционного и креативного. Программа была реализована в рамках внеурочной деятельности у школьников седьмого класса общеобразовательной школы г. Ижевска.

Задачи экспериментальной медиапедагогической программы:

1. Изучить основы медийной культуры и научить понимать социокультурные смыслы медиатекстов;
2. Развивать критическое мышление, состоящее в данном случае в оценке и анализе медиатекстов, их интерпретации, декодировании, способности самостоятельно определять «фейковую», ложную и провокационную информацию;
3. Попробовать себя в медийном творчестве: самостоятельно создавать медиатексты и презентации, а также поощрять культуросообразное самовыражение в них с помощью современных информационно-коммуникационных технологий.

Медиапедагогическая программа, опирающаяся на выделенные нами и системно взаимосвязанные три задачи, состояла из трех дополняющих друг друга этапов, а также из пяти занятий, направленных на освоение основ медийной культуры (когнитивный аспект); шести занятий, способствующих развитию умений в области медийной критики (формирование умений и компетенций) и четырех занятий по реализации самостоятельного создания разного рода медиапродуктов.

Первичный анализ полученных результатов реализации разработанной нами медиапедагогической программы позволил говорить о качественных изменениях уровня медиакомпетентности и ее компонентов у школьников. Программа, направленная в большей степени на развитие таких показателей медиакомпетентности как интерпретационно-оценочный, перцептивный, практико-операционный и креативный компоненты, показала себя эффективной по результатам контрольной диагностики. Наблюдались положительные изменения в области развития критического мышления и создания собственных творческих медиапродуктов. Сочинения школьников стали содержать элементы аналитического подхода к интерпретации описываемых явлений, появились обоснованные выводы. В эссе отмечались фразы, носящие рефлексивный характер, стремление оценить себя, выявив и положительные, и отрицательные проявления характера. Создаваемые школьниками презентации носили более системный характер, содержали не только описание, но и выводы. О других качественных изменениях свидетельствует смена приоритетных причин контактов с медиа, частичное изменение видов и жанров развлекательной направленности на более серьезные и полезные жанры и темы (например, просветительского характера). Таким образом, нами констатируется позитивный сдвиг в развитии медиакомпетентности обучающихся при использовании медиапедагогической программы.

Поскольку в результате анализа медиапотребления, мотивам выбора медиаресурсов мы выявили недостаточное развитие критического мышления обучающихся, неумение их грамотно оценивать и создавать культуросообразные медиапродукты, то развитие их медиакомпетентности, безусловно, должно перестать оставаться стихийным процессом и быть педагогизировано. А это означает, что должны быть определены реально выполнимые цели, направленные на развитие личности обучающегося через развитие его медиакомпетентности, совершенствование критического мышления и самостоятельного создания творческих медиапродуктов. Проблемой развития медиакомпетентности могут заинтересоваться все педагоги и осуществлять этот процесс и в школе, и в вузе [9. С. 91]. Помимо этого, необходимо полнее использовать потенциал системы дополнительного образования [2; 3].

Педагоги, заинтересованные в развитии медиакомпетентности школьников и студентов, могут сосредоточить свои усилия на выполнении таких актуальных задач, направленных и на формирование необходимых общекультурных компетенций:

– Развивать способности школьников и студентов к адекватной оценке и пониманию медиатекстов, к выявлению заведомо ложной информации. При оценивании информации пользоваться несколькими разными источниками для выявления подложных сведений и фактов. Научить адекватно реагировать на агрессию в сетях и противостоять мошенничеству.

– При реализации обучающей деятельности стремиться к активизации воображения школьников и студентов, развивать их критическое, логическое, творческое, образное мышление. Развивать рефлексивные способности школьников и студентов, в том числе через написание ими эссе, самоанализов деятельности и мини-сочинений.

– Побуждать школьников и студентов к созданию собственных медиатекстов, а именно презентаций, учебных видео и фотосъемок, ведению блогов, обсуждений в сети, разработку сайтов, веб-страниц, портфолио, способствующих формированию их разных, культуросообразных умений.

– Твердо стоять на педагогической позиции внедрения инновационных информационных технологий не только в свете обучения техническим умениям обращения с компьютером, но и с целью развития медиакомпетентности, приобщения к культуре.

Считаем вышеуказанные рекомендации актуальными, способствующими развитию теории и практики медиаобразования в педагогической сфере. При этом становится насущной необходимостью педагогам самим овладевать такими важнейшими компетенциями, как способность и готовность к использованию различных информационно-коммуникационных технологий, цифровых педагогических стратегий, к интерактивному взаимодействию с обучающимися.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Актуальные вопросы теории и практики медиаобразования в педагогической сфере: Сб. трудов международного форума «Медиаобразование в педагогической сфере: опыт и новые подходы к управлению». Москва, 16–17 марта 2017г. / Под ред. И.В. Жилавской, И.А. Фатеевой. М.: МПГУ, 2017. 464 с.
2. Барков Л.В. Игровые приемы формирования медиакультуры учащихся // «Медиаобразование в педагогической сфере: опыт и новые подходы к управлению». Москва, 16–17 марта 2017г. / Под ред. И.В. Жилавской, И.А. Фатеевой. М.: МПГУ, 2017. С. 205-210.
3. Головлева А.С. Медиаграмотность в курсе дополнительного образования или внеурочной деятельности школьников. //«Медиаобразование в педагогической сфере: опыт и новые подходы к управлению». Москва, 16–17 марта 2017г. / Под ред. И.В. Жилавской, И.А. Фатеевой. М.: МПГУ, 2017. С. 218-226.
4. Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. Монография М.: Изд-во АПК и ППРО, 2016.
5. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: Изд-во ТИИТ, 2009.
6. Коломиец В.П. Медиасреда и медиапотребление в современном Российском обществе // Социологические Исследования. 2010. № 1. С. 58-66.
7. Леготина Н.А. Педагогические условия подготовки студентов университета к реализации медиаобразования в общеобразовательных учреждениях: дис... канд. пед. наук. Курган: РГБ, 2004. 168 с.
8. Троянская С.Л. Развитие медиакомпетентности студентов в учебной деятельности // Вестн. Удм. ун-та. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2017. Т. 27, вып. 2. С. 255-261.
9. Троянская С.Л. Основы компетентностного подхода в высшем образовании: учеб. пособие. Ижевск: Изд. центр «Удмуртский университет», 2016. 176 с.
10. Фатеева И.А. Актуальные проблемы медиаобразования: учебное пособие. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2015.
11. Федоров А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям // Инновации в образовании. 2007. № 10. С. 75-108.

12. Федоров А.В. Медиаобразование: История, теория и методика. Ростов-н/Д: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.
13. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М., 2007. 616 с.
14. Федоров А.В. Медиаобразование: творческие задания для студентов и школьников // Инновации в образовании. 2006. № 4. С. 175-228.
15. Цымбаленко С.Б., Макеев П.С. Медийный портрет подростка. М.: Российский университет дружбы народов, 2015.
16. Человек в медиамире. Безопасность в массовой коммуникации. Челябинск: Цацера, 2005.
17. European Parliament Resolution of 16 December 2008 on Media Literacy in a Digital World [Электронный ресурс]. URL: <http://europarl.europa.eu/sides/>.
18. Perez Tornero J.M., Varis T. Media Literacy and New Humanism. Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 2010. 136 p.
19. Treumann K.P., Sander U., Meister D. Medienhandeln Jugendlicher. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007. 808 s.
20. Zeiger, S. List of Core Competencies for educator [Электронный ресурс]. URL: <https://work.chron.com/list-core-competencies-educators-8916.html>.

Поступила в редакцию 03.02.2020

Троянская Светлана Леонидовна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и педагогической психологии Института педагогики, психологии и социальных технологий ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1 (корп. 6)
E-mail: svetatroya@mail.ru

S.L. Trojanskaya

INDICATORS OF DEVELOPMENT OF MEDIA COMPETENCE OF SCHOOLCHILDREN AND STUDENTS

DOI: 10.35634/2412-9550-2020-30-1-89-96

The ubiquity of information and communication technologies, the existence of a "digital culture" actualizes the need for the development of media competence of an individual. The objectives of our study were to evaluate and compare the levels of media competence of schoolchildren and students on the motivational component, which includes the motives of contact with media and media texts, the contact component as a frequency of communication with the media, information, creative, perceptual, evaluative and practical components. When conducting an empirical study, we used modified blocks of questions of A.V. Fedorov's methodology to identify the level of development of media competence and developed a number of creative tasks to measure the level of media competence on a number of its indicators.

In the course of the study, the assessment and comparison of the levels of development of media competence of schoolchildren and junior students on the above indicators was carried out. Based on the results of comparison of media competence indicators, analysis of the characteristics of media consumption, respondents' writings and essays, the reasons for choosing media resources, we have identified a completely insufficient development of critical thinking of students and schoolchildren. The obtained data served as the basis for the development of an experimental media pedagogical program for the development of students' media competence in extracurricular activities, their reflexive abilities and critical perception. Based on the results of an empirical study, we have developed a number of practical recommendations for teachers of general education schools and those working in the system of additional education and interested in the development of media competence of students.

Keywords: media competence, media education, indicators of media competence: contact, information, creative, perceptual, interpretative-evaluative, practical, media pedagogical program.

Поступила в редакцию 03.02.2020

Trojanskaya S.L., Candidate of Pedagogy, Associate Professor at Department of pedagogy and pedagogical psychology of the Institute of Pedagogy, Psychology and Social Technologies Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/6, Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: svetatroya@mail.ru