

УДК 378.14:004 (045)

*С.Л. Троянская***РАЗВИТИЕ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ В УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Ставится проблема развития медиакомпетентности студентов в процессе образования в условиях информационного общества. В ходе исследования рассмотрены такие понятия, как медиаобразование, медиакомпетентность и её показатели, их характеристики. Анализ результатов определения уровня медиакомпетентности студентов в течение обучения в университете позволил выявить ее положительную динамику. Экспериментальное исследование показало, что личностный и профессиональный рост предполагает реализацию комплекса образовательно-воспитательных задач, а именно: формирование информационных компетенций, развитие рефлексивных способностей и критичности восприятия, мотивационной и волевой сфер личности, ориентацию на общекультурные ценности. Разработаны практические рекомендации педагогам для развития медиакомпетентности студентов.

Ключевые слова: медиапотребление, медиакомпетентность, общекультурная компетентность, процесс образования.

Информационное общество требует от образованного человека сформированного отношения к различным сторонам действительности, самоопределения. Парадоксально, но проблема развития индивидуальной культуры медиапотребления, при всей ее актуальности, остается одной из наиболее слабо исследованных. Отсутствие традиций осознанного медиапотребления и эффективной переработки информации негативно отражается на качестве образовательного процесса. Без направляющего и контролирующего воздействия со стороны образовательных и правовых институтов развитие культуры медиапотребления может протекать по непредсказуемым и неблагоприятным сценариям. Необходимо в рамках образовательных учреждений целенаправленно развивать культуру безопасного потребления информации, медиакомпетентности, формировать у студентов общекультурные компетенции и критическое мышление.

В современной философии утвердился взгляд на информацию как на один из трех, наряду с веществом и энергией, компонентов бытия [2]. Если в кибернетике информация представлена как банк данных, то антропологическое истолкование позволяет представить информацию как поток сведений, подвергаемых интерпретации со стороны живых (биологических) и культуральных (человеческих, социальных) систем соответственно степени развития их способности осуществлять эту интерпретацию. Набор вариантов интерпретации информации ничем не ограничен за исключением уровня развития культуры, которая задает человеку, включенному в нее, масштаб его универсальности и степень избирательности в проявлении им субъектности.

Информация – это понятие интегрированное. Его можно рассматривать в системах «объект познающий – объект познаваемый», «объект управляющий – объект управляемый», «объект обучающий – объект обучаемый». То в значении «смысл», если речь идет о смысле познания, управления, обучения, то в значении «данные», если речь идет о средствах передачи этого смысла. Информация – это определенный вид энергии, поэтому не следует полагаться на стихийные процессы, допуская преобладание и скопление в локальном культурном пространстве негативной, искаженной информации.

В настоящее время никто специально не обучает молодого человека «противостоянию» беспорядочно нарастающим информационным потокам, то есть критическому отношению к несущим взаимоисключающие смыслы и ценности текстам, фактам, сообщениям. В рамках образовательных учреждений необходимы осуществлять систематический мониторинг и целенаправленное развитие у студентов культуры производства и потребления информации. Внедрением специальных образовательных программ можно достичь гармоничного баланса между нарастающей технологической мощностью масс-медиа и коллективными ценностями, определяющими жизнедеятельность локальных культурных сообществ.

Термин «медиа» (от лат. *“media”* – средство) в современном мире повсеместно употребляется как аналог термину СМК – средства массовой коммуникации (печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, видео, мультимедийные компьютерные системы, включая Интернет). В нашем случае мы исследуем Интернет. Медиапотребление – это социальная практика использования коммуникационных средств (медиа) для получения и освоения определенного символического содержания

и осуществления социальных связей и взаимодействий. Приходится признать, что Интернет создает не только широкие возможности для оперативного доступа к широким базам данных, но и риск интоксикации сознания бесполезной и часто вредной информацией. Научные факты и технологии обретают позитивные социальные смыслы только при условии сохранения и доминирования в индивидуальном и коллективном сознании корневых или традиционных ценностей. Жизненно необходимо, используя весь потенциал образовательного пространства, планомерно развивать в обществе информационную культуру и формировать общекультурные компетенции, повышающие осознанность восприятия и критичность оценивания медиапродукции. Медиасредства коммуникации играют всё большую роль в жизни людей и в образовательном процессе. Отсюда понятна важность интенсивного развития медиаобразования, которое Российская педагогическая энциклопедия трактует как направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками и студентами закономерностей массовой коммуникации: прессы, телевидения, радио, кино, видео и т. д. [4]. И тогда основными задачами медиаобразования становятся (1) подготовка нового поколения к жизни в современных информационных условиях, к избирательному восприятию различной информации; (2) обучение человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику; (3) овладение способами безопасного общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств.

В документах Совета Европы *медиаобразование (mediaeducation) определяется как обучение, которое стремится развивать медиакомпетентность, понимаемую как критическое и вдумчивое отношение к медиа с целью воспитания ответственных граждан, способных высказать собственные суждения на основе полученной информации* (URL: <http://europarl.europa.eu/sides/>). Это дает возможность использовать необходимую информацию, анализировать ее, идентифицировать экономические, политические, социальные и культурные интересы, которые с ней связаны. Медиаобразование обучает индивидов интерпретировать и создавать сообщения, выбирать наиболее подходящие для коммуникации медиа, позволяет людям осуществлять их право на свободу самовыражения, что не только способствует личному развитию, но и увеличивает социальное участие и интерактивность. Необходимо развивать медиаобразование и как часть концепции непрерывного образования в течение всей жизни человека.

Изучение теоретических источников и практического опыта деятелей отечественного медиаобразования показало, что в российской науке менее всего разработано направление развития медиакомпетентности студентов. Только в XXI в. обозначился сдвиг научных интересов таких исследователей как А.В. Федоров, Н.В. Змановская, Н.А. Коновалова, Н.А. Леготина к проблемам медиакультуры и медиаобразования студентов, в том числе будущих учителей [3; 7]. Применительно к развитию медиаобразования в высшей школе особую значимость и перспективность имеет утверждение и регистрация новой специализации «медиаобразование» учебно-методическим управлением по специальностям педагогических направлений подготовки Министерства образования РФ в 2002 г.

Медиаобразование необходимо встраивать в учебные программы и учебные планы средних школ, средних специальных учебных заведений и вузов. «Школе нужны квалифицированные медиапедагоги. ... тогда можно будет реально увидеть плоды вузов, которые должны готовить медиапедагогов, и плоды школ, которые смогут реализовать идеи медиаобразования, сформировать у подростков, входящих в этот непростой и информационно перенасыщенный мир, информационную и медиакультуру» [1].

Модель процесса формирования информационной культуры личности включает в себя компоненты культуры личности: знания, ценностно-целевую ориентацию, опыт информационно-познавательной, творческой деятельности, коммуникации по отношению к компонентам информационных технологий, таких, как базы данных; интернет, телевидение, прикладные программы, электронная почта и др. [3]. По нашему мнению, понятие информационная культура шире, чем медиакультура, так как первое относится к сложным взаимоотношениям личности с любой информацией, включая медийную, а второе – только к сфере контактов человека со средствами массовой коммуникации. Под *медиаобразованием* мы понимаем процесс становления личности на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа; творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов; обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

Медиакомпетентность понимается как способность использовать медиа в личных целях и без посторонней помощи, понимать и критически оценивать содержание и различные аспекты медиа, передавать независимо от контекста, создавать и распространять медиатексты. (European Parliament Resolution of 16 December 2008 on Media Literacy in a Digital World. URL: <http://europarl.europa.eu/sides/>).

Мы ориентируемся на определение, данное А.В. Федоровым: медиакомпетентность – это умение использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме [6]. Под *медиакомпетентностью личности мы понимаем совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих выбору, использованию, критическому анализу процессов функционирования медиа в социуме, а также оценке, передаче и созданию медиатекстов.*

А.В. Федоров выделяет следующие показатели медиакомпетентности личности:

– *Мотивационный* – мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические;

– *Контактный* – частота общения (контакта) с медиа и произведениями медиакультуры;

– *Информационный* – знание терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации;

– *Перцептивный* – способности к восприятию медиатекстов;

– *Интерпретационный* (оценочный) – умения критически анализировать медиатексты разных видов и жанров на основе определенных уровней развития медиавосприятия и критического мышления;

– *Практико-операционный* (деятельностный) – умения выбирать те или иные медиа и медиатексты, создавать/распространять собственные медиатексты; умения самообразования в медийной сфере;

– *Креативный* – умения выбирать те или иные медиа и медиатексты, создавать/распространять собственные медиатексты.[7].

У каждого из показателей медиакомпетентности мы выделили высокий, средний и низкий уровни развития.

В исследовании принимали участие 60 студентов 1, 3 и 5 курсов Института педагогики, психологии и социальных технологий Удмуртского государственного университета (УдГУ). На первом этапе исследования было проведено анкетирование респондентов с целью изучения их уровня комплексного показателя развития медиакомпетентности. Методическое обеспечение исследования составляли анализ творческих работ студентов психолого-педагогических направлений подготовки и применение при анкетировании модифицированного опросника определения уровня медиакомпетентности и медийных предпочтений студентов на базе методики А.В. Фёдорова [7]. Констатация уровней медиакомпетентности студентов основывалась на классификации показателей развития медиакомпетентности личности, под которой мы понимаем совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих использованию, критическому анализу, оценке и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах; анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме. В соответствии с данной трактовкой медиакомпетентности студентам было предложено 7 основных блоков вопросов анкеты закрытого типа для выявления уровней показателей развития медиакомпетентности: мотивационного (назвать предпочитаемые виды медиа и мотивы контакта с ними – интеллектуальные, творческие, тематические, психологические, терапевтические, эмоциональные, моральные и эстетические); контактного показателя (частоты контактов с различными видами медиа); информационного показателя (знаний терминологии, истории и теории медиакультуры); перцептивного показателя (отождествление с автором медиатекста, то есть способность соотношения с авторской позицией и определение основных смыслов медиатекста); интерпретационного/оценочного показателя (способность к анализу, оценивание пользы или вреда от медиатекста, его интерпретация); практико-операционного показателя (практические умения самостоятельного создания медиатекстов различных видов и жанров); креативного показателя развития медиакомпетентности аудитории (уровень собственного творчества в различных видах деятельности, связанной с медиа). Каждый блок содержал от 4 до 8 вопросов с предложенными вариантами ответов. За определенные методикой варианты ответов присуждалось от 0 до 3 баллов. Сумма баллов от 14 до 19 соответствовала высокому уровню показателя развития, от 5 до 13 – среднему и от 0 до 4 – низкому. К студентам, обладающим высоким комплексным уровнем развития медиакомпетентности, мы отнесли тех, у кого в ходе исследования проявился высокий показатель по трем-четырем шкалам, и не про-

явилось ни одного низкого. К студентам, обладающим средним комплексным уровнем развития медиакомпетентности, мы отнесли тех, у кого в ходе исследования зафиксирован высокий уровень по 1–2 показателям, при этом низкий показатель проявился не более 1 раза, либо все показатели находились на среднем уровне. К студентам, обладающим низким комплексным уровнем развития медиакомпетентности, мы отнесли тех, у кого в ходе исследования обнаружилось от двух и более проявлений низкого уровня показателя, при отсутствии проявлений высокого уровня.

Результаты исследования и их обсуждение

В целом данные доказывают, что от курса к курсу отмечается положительная динамика развития медиакомпетентности студентов по всем показателям. Данные представлены на рисунке.

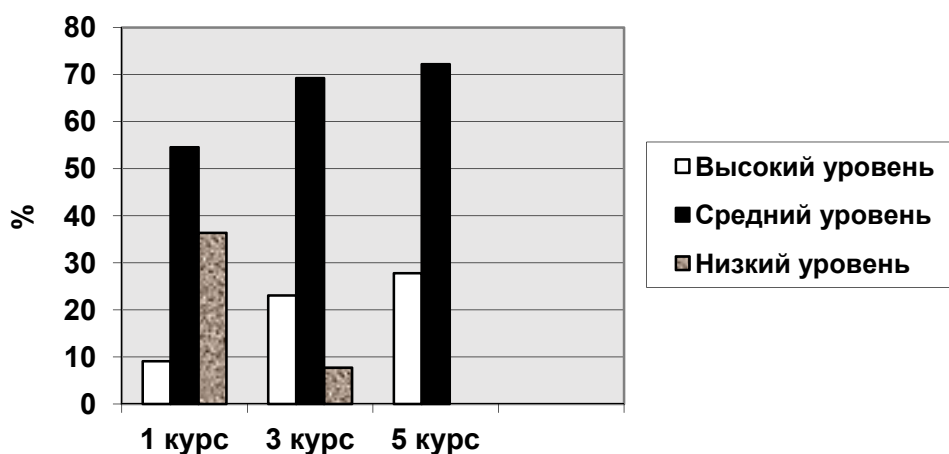


Рис. Уровни комплексного показателя развития медиакомпетентности у студентов 1,3,5 курсов

В процессе обучения от 1 к 5 курсу повышаются в разной мере показатели медиакомпетентности, при этом повышается и комплексный показатель развития медиакомпетентности студентов. Используемая нами методика оценивания показателей медиакомпетентности оказалась вполне эффективным инструментом для сравнительного анализа развития медиакомпетентности студентов в процессе образования. Выявлено, что у студентов психолого-педагогических направлений подготовки в процессе учебной деятельности в меньшей мере развиваются такие показатели медиакомпетентности, как перцептивный, практико-операционный и креативный. Это связано, на наш взгляд, с недостаточными требованиями к студентам по разработке электронных презентаций к учебным занятиям и другим креативным медиапродуктам и их использованию на семинарах, к защите курсовых и дипломных работ. В целом отмечена положительная динамика уровня развития медиакомпетентности студентов в течение учебы в университете.

На основе полученных данных нами были разработаны *практические рекомендации для педагогов по развитию медиакомпетентности студентов*:

- 1) повышать квалификацию по теории и методике медиаобразования;
- 2) Развивать у студентов способности к оценке медиатекстов, их адекватному пониманию; активизации воображения, зрительной памяти, различных видов мышления, в том числе – критического, логического, творческого, образного, интуитивного;
- 3) практиковать написание эссе и минисочинений, развивать критическое мышление и рефлексивные способности;
- 4) развивать способности к интерпретации, анализировать цели автора, устно и письменно обсуждать характеры персонажей и особенности развития сюжета, связывать его со своим опытом и опытом других: ставить себя на место персонажа, оценивать факты и мнения, выявлять причины и следствия, мотивы и результаты поступков, реальность действия и т. д.
- 5) создавать собственные медиатексты: видео/фотосъемка, макетирование стенной газеты, создание презентаций и т.д.

Практические рекомендации и методика оценивания уровня развития медиакомпетентности, в том числе по её показателям, может быть использованы в учебной деятельности.

Исследование проблем медиакомпетентности студентов предполагает учет следующих четырех областей ее развития:

- 1) медиакультура, медиапотребление с компетенциями восприятия и медиакритики;
- 2) медиакритика как аксиологический феномен, ориентированный на совершенствование готовности личности к оценочной деятельности, с аналитическим, рефлексивным и ценностным (социально-ответственным) подуровнями;
- 3) знание о медиа с информативным и инструментально-техническим подуровнями, интерактивная деятельность;
- 4) медиаконструирование с инновационным и креативным подуровнями.

Социологический опрос экспертов в области российского медиаобразования показал, что наибольшее значение имеет развитие у обучающихся способности к критическому мышлению [6]. При развитии медиакомпетентности студентов целесообразно использовать аксиологический подход, благодаря которому достигается ценностное самоопределение личности студента, представляющее собой процесс обретения им смысла, целей и ресурсов собственной жизни в пространстве и времени образования. Студентам 3 курса предлагалось проанализировать фильмы «Общество мертвых поэтов» (США, 1989) и «Доживем до понедельника» (СССР, 1968) Минисочинения студентов, как правило, в эмоционально-повествовательной форме отражали содержание фильмов, а не анализ; редко (10 % респондентов) определялись главные идеи и способы их реализации авторами фильмов. Студенты выделяли такие ценности, как любовь, честность, смелость, любовь к профессии, и такие, по их мнению, как «крутизна», «отсталость». Многие (71 %) дали критический анализ лишь в терминах «понравился фильм или нет», однако были и такие (23 %), кто сопоставлял проблемы героев фильмов и проблемы собственной жизни.

Технологичностью медиаобразования как процесса, ориентированного на результат, следует считать эффективную подготовку к деятельности, заключающейся в способностях самоопределяться в информационном пространстве, критериально действовать, овладевать безопасными в информационном пространстве способами деятельности. Таким образом, педагогические технологии, направленные на самоопределение, структурирование и критическое осмысление содержания, овладение безопасными и эффективными способами деятельности едины для формирования практически любых компетенций и являются универсальными. Обретенная в процессе медиаобразования медиакомпетентность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, развивать свою общекультурную компетентность.

Нам показалось интересным выявить точки соприкосновения общекультурной и медиакомпетентности, применительно к учебному процессу. Общекультурная компетентность в педагогической теории определяется как уровень образованности, достаточный для самообразования, самопознания, самостоятельных и обоснованных суждений о явлениях в различных областях культуры, диалога с представителями иных культур. Это термин, относящийся к проблемам культуры, передачи культурного опыта, образования и воспитания, а также компетентности как готовности к решению этих проблем. Опираясь на более ранние наши исследования, мы считаем, что: *общекультурная компетентность – это способность и готовность решать познавательные, мировоззренческие, жизненные, профессиональные проблемы на основе использования достижений культуры и культурных эталонов как критериев оценки* [5].

По нашему мнению, структура общекультурной компетентности и медиакомпетентности имеет сходный общий характер и состоит из трех компонентов: когнитивного, ценностно-ориентационного, коммуникативно-деятельностного. Исходя из образовательных задач развития каждого из компонентов, можно предположить, что усилия педагогов должны быть направлены на:

- 1) расширение объема знаний, их углубление и понимание (когнитивный компонент);
- 2) мотивацию на изучение и формирование ценностного отношения к профессиональным качествам и сущности будущей профессии (ценностно-ориентационный компонент);
- 3) обучение конкретным умениям и навыкам, учебной, коммуникативной и профессиональной деятельности (коммуникативно-деятельностный компонент).

В аспекте развития общекультурной компетентности – это:

- расширение культурного пространства;
- формирование ценностного отношения к явлениям и памятникам культуры;
- вовлечение в культурную деятельность и общение.

В аспекте развития медиакомпетентности – это:

– расширение медиакультурного пространства; при этом пользователю совершенно необходимо внимательно отслеживать воспринимаемые потоки информации, осознанно их воспринимать и критично оценивать, автономно и оперативно дифференцировать поступающие сообщения по их актуальной значимости, источникам и причинам возникновения;

– адекватная оценка ценностно-смысловой нагрузки медиапродуктов, информационных сообщений, выделение ключевых смыслов и сопоставления вкладываемых в них ценностей с собственной системой ценностей;

– развитие умений медиаконструирования с инновационным и креативным подуровнями.

В условиях экспансивного развития масс-медиа, с целью обеспечения безопасности медиапотребления, развития медиакомпетентности студентов педагогам есть смысл поставить и стараться выполнять следующие образовательные задачи:

1. *Обучающие*: научить студентов внимательно отслеживать воспринимаемые потоки информации, осознанно их воспринимать и критично оценивать, автономно и оперативно дифференцировать поступающие сообщения по их актуальной значимости, источникам и причинам возникновения.

2. *Воспитательные*: научить студентов адекватно оценивать ценностно-смысловую нагрузку медиапродуктов, информационных сообщений, выделяя ключевые смыслы и сопоставляя вкладываемые в них ценности с собственной системой ценностей, а также доминирующими в обществе ценностями; блокировать информацию, провоцирующую аффективные реакции, возникновение эмоционального дисбаланса, непродуктивных конфликтов с окружающими.

3. *Развивающие*: активно формировать и поддерживать наиболее полезную для адаптации и личностной самореализации информационную среду, формировать активную субъектную позицию студента в образовательном процессе.

Хочется надеяться, что при проектировании и реализации педагогических процессов, направленных на развитие общекультурных компетенций, самоопределение, структурирование и критическое осмысление содержания образования, а также формирование медиакомпетентности, студенты овладеют безопасными и эффективными способами деятельности через активное включение в образовательный процесс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гудилина С.И., Тихомирова К.М., Рудакова Д.Т. Перспективы развития медиаобразовательных технологий // Образовательные технологии XXI века. М.: Прогресс-традиция, 2004. С. 77.
2. Кашперский В.И. Информация // Современный философский словарь. Лондон, Франкфурт на Майне, Париж, Москва, Минск. 1998. С. 359.
3. Леготина Н.А. Педагогические условия подготовки студентов университета к реализации медиаобразования в общеобразовательных учреждениях: дис. ... канд. пед. наук. Курган: РГБ, 2004. 168 с.
4. Российская педагогическая энциклопедия. Т. 1 / гл. ред. В.В. Давыдов. М.: Большая российская энциклопедия. 1993. С. 555.
5. Троянская С.Л. Развитие общекультурной компетентности в процессе образования: монография. Ижевск: Изд-во УдГУ. 2004. 100 с.
6. Федоров А.В. Медиаобразование: вчера и сегодня // Информация для всех. 2009. С. 172-175.
7. Федоров А.В. Медиаобразование: История, теория и методика: учебное пособие. Ростов-на-Дону: Прогресс, 2001. 708 с.

Поступила в редакцию 21.11.16

S.L. Troyanskaya

DEVELOPMENT OF MEDIA COMPETENCE OF STUDENTS IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Actual problems of the development of students' media competence in conditions of information-oriented society during the education process are formulated. The article examines such concepts as media education, media competence and its factors and their characteristics. Having analyzed the results of determining the level of media competence of students during their study at the university, we found a positive trend. Experimental research has shown that personal

and professional growth involves the implementation of a range of educational and pedagogic tasks, namely: the formation of information competencies, the development of reflective abilities and critical thinking, of motivational and volitional spheres of personality, focus on common cultural values. Practical recommendations for teachers concerning the development of media competence of students have been developed.

Keywords: media consumption, media competence, general cultural competence, educational process.

Троянская Светлана Леонидовна,
кандидат педагогических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1
E-mail: svetatroya@mail.ru

Troyanskaya S.L.,
Candidate of Pedagogy, Associate Professor
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1, Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: svetatroya@mail.ru