

## Источник

### **Формирование медиакомпетенции у учащихся в процессе обучения**

Корюкина Ю.

Факультет Информатики, математики и физики, 2 курс

Научный руководитель Спирина А.В., к. пс. н. доц.

В современном обществе человеку приходится сталкиваться с огромным, непрерывным потоком информации, в том числе передаваемой через масс-медиа. Средства массовой коммуникации создают вокруг каждого человека особое информационное поле, под воздействием которого формируются моральные, социальные, интеллектуальные, художественные интересы и ценности. Современный человек настолько привык к огромному количеству информации, объем которой постоянно увеличивается, что не представляет себе жизни без средств массовой информации (к ним традиционно относят радио, прессу, телевидение, кино, видео, интернет и т.д.). Медиаинформация способна одновременно воздействовать и на зрение, и на слух, объединяя в себе практически все накопленные человечеством способы общения.

Проблемой формирования медиакомпетенции у нас в стране занимались О.П. Кутькина, Е.В. Мурюкина, А.А. Новикова, В.В. Протопопова, А.В. Федоров, Н.Ф. Хилько, а за рубежом С.Дж. Бэрэн, В. Вебер другие исследователи.

Для начала определим понятие медиакомпетенция и близкие, родственные этому понятию определения.

**Медиакомпетѐнция** – это способность использовать знания и умения в области медиа в учебной деятельности и в будущей профессиональной деятельности (В.Н. Стрельников); владение новыми технологиями, понимание условий их применения, их достоинства и недостатки, способность критически относиться к распространяемой по каналам СМИ информации и рекламе (Н.И. Гендина [2]).

**Медиакомпетентность личности** – совокупность умений (мотивационных, информационных, перцептивных, интерпретационных, оценочных, контактных, практико-операционных и деятельностных, креативных) выбирать, использовать, оценивать, критически

анализировать, создавать медиатексты в различных видах, жанрах и формах (А.В.Федоров [4]).

ЮНЕСКО определяет медиаобразование (media education) как обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть отдельной области в педагогической теории и практике.

Ю.Н. Усов определяет медиаобразование как процесс развития личности средствами и на материале медиасредств и медиапродукции.

В соответствии с данным определением медиаобразование может выступать как средство обучения и воспитания, используемое для повышения качества учебного процесса и формирования разносторонне развитой личности средствами и на материале медиапродукции, а также формирования медиакомпетенции.

Л.С. Зазнобина [4] определяет «медиаобразование» как образование, ориентированное на приобретение учащимися знаний о средствах массовой информации, использование средств информации для приобретения различных знаний и творческого самовыражения, развитие критического мышления, умение правильно организовать информационный процесс, оценить и обеспечить информационную безопасность.

Как показывают социологические опросы большинство российских учителей изредка применяют на своих занятиях технические средства обучения, медиааппаратуру, не владеют навыками работы в Интернете. Поэтому необходимо больше внимания уделять развитию самостоятельного критического мышления по отношению к средствам массовой информации, на приобретение практических навыков в выявлении ложных сведений и искажений в получаемой информации, на выработку навыков защиты против манипулятивного влияния средств массовой информации, на обогащение социального опыта аудитории в практике общения с печатной и электронной продукцией.

Разные авторы выделяют следующие виды средств массовой информации [3]:

1. По способу передачи информации традиционно выделяются радио, печать, кино, видео, телевидение, компьютерные сети и др.

2. По каналу восприятия медиа подразделяются на: визуальные, аудиальные, аудиовизуальные. Эти виды характеризуются различием используемых в медиа знаковых комплексов, кодов. В периодической печати представлена двоичная знаковая система: естественный язык в

печатной форме и иконические знаки (рисунки, фотографии, карикатуры), а также разного рода шрифтовые выделения, способы расположения текста (верстка) и т.д. Применительно к радио следует говорить о триаде: устная речь + естественные звуки (шумы) + музыка.

3. По месту использования медиа могут быть групповые, индивидуальные, массовые, рабочие, домашние и др.

4. По содержанию информации: политические, идеологические, познавательно-обучающие, нравственно-воспитательные, эстетические, экономические, экологические, рекламные.

5. По целям и функциям использования: получение информации, общение, образование.

6. По результату воздействия на личность: самопознание, развитие кругозора.

8. По реализуемым функциям медиа подразделяются на:

- информационная сообщение о разного рода фактах и событиях положении дел;

- аналитическая (функция критики, оценочная) – часто изложение фактов сопровождается их анализом и оценкой, комментарием к ним;

- нравственно-воспитательная: медиа отображают принципы нравственности и эстетического вкуса, морально-эстетические приоритетные образцы общественного поведения, представления о добре и зле;

- функция воздействия (идеологическая, социально-управленческая, регулятивная) – медиа влияют на взгляды и поведение людей, направлена на обеспечение отдыха, досуга, приятного времяпрепровождения, удовлетворения эстетических потребностей аудитории, восстановления сил [5].

Зачастую средства массовой коммуникации могут вызвать негативные социальные последствия. Здесь имеют место следующие нарушения функций медиа:

- обилие информационных потоков приводит к дезориентации личности;

- склонность к крайнему негативизму, являющемуся причиной различных страхов или к излишнему оптимизму и приукрашиванию событий;

- патологическая зависимость от определенных жанров, демонстрируемых медиасредствами: сериалов, новостей, криминальных сенсаций и хроники и т.д.;

- представление в позитивном ракурсе алкоголя, сигарет, наркотиков, межэтнических стереотипов – всё это проникает в современное искусство, молодежную субкультуру и контркультуру;

- массовизация культуры и, как следствие, понижение планки духовных потребностей и создание ложных идеалов и героев.

9. По используемым техническим средствам: радиовещательные; телевизионные медиа; сетевое оборудование;

Важной для формирования медиакомпетенции у учащихся является медиаобразовательная модель Н. Усова. Целью данной модели является развитие личности на материале художественных медиатекстов.

Модель преследует аудиовизуальное, эстетическое, эмоционально-интеллектуальное образование аудитории, развивающее различные виды активного мышления (логическое, образное, ассоциативное, творческое) на основе формирования:

- умения восприятия, интерпретации, анализа, эстетической оценки медиаинформации;

- потребности в освоении медиаязыка для его использования при общении с произведениями экранных, традиционных искусств и СМИ;

- потребности в вербальном общении по поводу освоенной информации и в художественно-творческой деятельности;

- умения передавать знания, полученные на учебных занятиях.

В.В. Протопопова [2] полагает, что формирование медиакомпетенции у учителей находятся в тесной взаимосвязи с формированием и развитием основных профессиональных компетенций у них, поэтому не могут рассматриваться изолированно от процесса профессиональной подготовки студентов. В современном образовании, пока что большая часть учителей использует медиасредства лишь в аспекте реализации дидактического принципа наглядности, не зная, об их других дидактических и воспитательных их возможностях.

Для формирования медиакомпетенции у учащихся в процессе обучения применяются следующие медиаобразовательные методы обучения:

1. По источникам полученных знаний:

- словесные (беседа, лекция, объяснение, рассказ, дискуссия);

- наглядные (иллюстрация и демонстрация медиатекстов);

- практические.

2. По уровню познавательной деятельности:

- объяснительно-иллюстративные (сообщение педагогом определенной информации о медиа, восприятие и усвоение этой информации аудиторией);

- репродуктивные (разработка и применение педагогом различных упражнений и заданий на материале медиа для того, чтобы учащиеся овладели приемами их решения), проблемные (проблемный анализ определенных ситуаций или медиатекста с целью развития критического мышления);

- частично-поисковые или эвристические, исследовательские (организация поисково-творческой деятельности обучения на материале медиа).

А.В. Федоров [4] разработал технологию развития медиакомпетентности и критического творческого мышления в процессе медиаобразования которая выглядит следующим образом:

1) диагностический (констатирующий) компонент: констатация уровней медиакомпетентности и развития критического мышления по отношению к медиа и медиатекстам в данной студенческой аудитории на начальном этапе обучения;

2) содержательно-целевой компонент:

- теоретическая составляющая (блок изучения истории и теории медиакультуры, блок развития медиаобразовательной мотивации и технологии, то есть изучение форм и методов медиаобразования аудитории) и практическая составляющая (блок креативной деятельности на материале медиапродукции, то есть развитие творческих умений студентов самовыражаться с помощью медиатехники:

- создавать медиатексты различных жанров и видов;
- творчески применять полученные медиаобразовательные знания и умения в процессе педагогической практики;
- блок перцептивно-аналитической деятельности: развитие умений студентов критически воспринимать и анализировать медиатексты различных жанров и видов);

3) результативный компонент (блок итоговых анкетирования, тестирования и творческих работ студентов и блок анализ констатации уровней развития критического мышления и медиакомпетентности студентов педагогического вуза на финальном этапе обучения).

М.В. Кузьмина [1] пишет, что развитие и формирование медиакомпетентности основано на ряде компонентов. Первый – опыт использования медиаматериалов. Чем больше опыта работы с медиа и с

реальным миром, тем больше потенциал для перехода на более высокий уровень медиакомпетенции. Второй – активная реализация умений в сфере медиа. Третий – готовность к самообразованию и собственно самообразование в этой сфере.

Таким образом, для современного человека очевидна необходимость навыков восприятия информации, умения верно понимать значения аудиовизуальных образов свободно обращаться с информационными потоками и ориентироваться в них. Все это призвано обеспечить медиаобразование. Именно использование методов медиаобразования в повседневной практике позволит формировать у учащихся медиакомпетенцию.

Для формирования медиакомпетенции у учащихся в процессе обучения можно использовать такие методы как словесные (объяснение, беседа, лекция, рассказ, дискуссия); наглядные (показ медиаматериалов); практические; объяснительно-иллюстративные (сообщение информации о медиапродукции); репродуктивные (разработка и применение педагогом различных упражнений и заданий на медиаматериале), проблемные (проблемный анализ определенных ситуаций или медиатекста с целью развития критического мышления); частично-поисковые и многие другие.

### **Литература**

1. Коновалова, Н.А. Развитие медиакультуры студентов педагогического вуза [Текст] / Н.А. Коновалова: дис. ... канд. пед. наук. – Вологда, 2004. – С. 97.
2. Протопопова, В.В. Медиакомпетентность современного педагога [Текст] / В.В. Протопопова // Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы: В 2-х т. Т.1. Педагогика. Психология. – Самара: ПГСГА, 2009. – С. 285–288.
3. Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография [Текст] / И.А. Фатеева.– Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. – 270 с.
4. Федоров, А.В. Медиаобразование в зарубежных странах [Текст] / А.В. Федоров – Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. – 238 с.
5. Чельшева, И.В. Медиатекст и его прочтение [Текст] / И.В. Чельшева // Медиаобразование. – 2006. – N 1. – С. 102-104.