

УДК 37.015.4

Г.А. Касен*, Е. Есенкожа

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: gulmira.kasen@kaznu.kz

Формирование медиакомпетентности учащихся: от теории к практике

В статье рассматриваются проблемы взаимодействия современной молодежной аудитории со средствами массовой коммуникации и информации в аспекте необходимости формирования медиакомпетентности. Проанализировав известные в науке трактовки понятий «медиаграмотность», «медиакомпетентность», авторы предлагают упрощенную формулировку: медиакомпетентность – комплекс способностей использовать, анализировать, оценивать медиаресурсы, способности к самостоятельному, творческому и социально-ответственному действию по отношению к медиа. Авторы акцентируют внимание на том, что перед школами возникла острая необходимость формирования медиакомпетентности школьников, так как стремительное развитие потоков масс-медиа активно вовлекает всех детей любых возрастов в процессы дистанционного общения, мало того, СМИ и др. масс-медиа нередко нарушают общепринятые нравственные нормы, используют различные манипулятивные технологии для воздействия на сознание зрителя, читателя. По мнению авторов, практика формирования медиакомпетентности в школах станет основой критического отношения к медиаресурсам и осмысления их сути и назначения, поможет узнать механизмы создания медиаматериалов и медиа-текстов.

В статье приводится разработанная авторами модель сформированности медиакомпетентности школьников и результаты мини-исследования по выявлению уровня сформированности медиакомпетентности учащихся 9-х классов СШ№ 118 г. Алматы. Позитивная динамика сформированности медиакомпетентности учащихся после формирующего этапа мини-исследования дает авторам возможность рекомендовать свой опыт в области формирования медиакомпетентности школьников.

Ключевые слова: медиакомпетентность, медиа, медиаобразование, медиаресурсы.

G. Kassen, E. Esenkozha

The formation of media competence of schoolchildren: from theory to practice

In the article the problems of interaction of modern youth audience with the means of mass communication and information in terms of the necessity of formation of media competence. Having analyzed known in the science of interpretation of the concepts of «media literacy», «media competence», the authors propose a simplified language: media competence – a set of abilities to use, analyze, evaluate the media, capacity for independent, creative and socially responsible action in relation to the media. The authors emphasize that the front of the school there was an urgent need for the formation of media competence of schoolchildren as the rapid development of threads mass media actively involves all children of any ages in the processes of remote communication, not only the media and other mass media violate the generally accepted moral norms, use a variety of manipulative technologies to influence the consciousness of the viewer, reader. According to the authors practice of the development of media competence in schools will become the basis of the critical attitude to the media and understanding of their nature and purpose, will help to find out the mechanisms of creation of media materials and media texts.

In the article the authors have made the model of development of media competence of pupils and the results of the mini research to identify the level of development of media competence of pupils of 9 classes

of school № 118. Positive dynamics of development of media competence of students after a formative stage a mini-research gives authors the opportunity to recommend our experience in the field of the media competence of students.

Key words: media, media competence, media literacy, media education, media resources, media material, media texts.

Г.А. Касен, Е. Есенкожа

**Оқушылардың медиақұзыреттілігін қалыптастыру:
теориядан практикаға дейін**

Мақалада қазіргі жастардың бұқаралық ақпарат және қарым-қатынас құралдарының өзара әрекеттестігі аспектісіндегі медиақұзыреттілігін қалыптастыру қажеттілігі мәселелері қарастырылады. «Медиа сауаттылық», «медиа құзыреттілік» сияқты белгілі болған ғылыми ұғымдар трактовкасын талдай отырып, авторлар мынандай қысқарған түсініктеме ұсынады: медиақұзыреттілік дегеніміз – медиаресурстарды қолдану, талдау, бағалау және медиаға қатысты өзбетінше, шығармашылықпен және әлеуметтік жауапкершілікпен кешенді әрекет жасай алу қабілеттіліктері. Авторлар бұқаралық медиа құралдарының жылдам дамуы барлық жастағы балаларды қашықтықтан қарым-қатынас жасауға итермелейді және ол аз болғандай, оқырмандар мен көрермендердің сана-сезіміне әсер ететін әртүрлі манипулятивті технологиялардың қолданылуы, сонымен қатар БАҚ және басқа да бұқаралық медиа-құралдардың қалыптасқан адамгершілік нормалардың бұзылуына әкелетінін айта отырып, мектепте оқушылардың медиақұзыреттіліктерін қалыптастыру қажеттілігіне баса назар аударады. Авторлардың ойынша, мектепте медиақұзыреттіліктерді қалыптастыру тәжірибесі медиаресурстарға сындарлы қатынастың негізі болады және олардың мәні мен мағынасын түсіну оқушыларға медиа-материалдар мен медиа-мәтіндерді дайындау механизмін білуге көмектеседі.

Мақалада Алматы қаласындағы №118 мектептің 9-сыныптарында оқушылардың медиақұзыреттіліктерінің қалыптасу деңгейін анықтау бойынша жүргізілген шағын зерттеулердің нәтижелері және мектеп оқушыларының медиақұзыреттіліктерінің қалыптасу моделі көрсетіледі. Мектеп оқушыларының медиақұзыреттіліктерін қалыптастыру бойынша жүргізілген шағын зерттеулердің жағымды динамикасы авторларға өз тәжірибелерін ұсыну мүмкіндігін береді.

Түйін сөздер: медиақұзыреттілік, медиа, медиабілім беру, медиаресурстар.

Введение

В условиях динамичности социальных процессов, возрастания количества массовых информационных потоков и технологического усложнения информационных сетей современному человеку становится все труднее ориентироваться в мире информации. Поэтому актуальность проблемы формирования медиакомпетентности связана с проблемой предупреждения манипулятивного влияния СМИ на молодежную аудиторию. «Особо опасны» становятся манипулятивные воздействия на общество со стороны информационных систем. Также современная молодежная массовая культура (в том числе – и экранная) оказывает неоднозначное воздействие на нравственное становление школьников.

Есть еще один фактор, говорящий не в пользу пассивного (некритического) потребления масс-медиа. Трудности в общении, непонимание уведут многих подростков в мир SMS, виртуальный мир сообщений. В виртуальном мире подросток,

и даже младший школьник, находит себе, по его мнению, себе подобного, начинает делиться своими переживаниями, чувствами, а отношения и общение в реальном мире все больше усугубляются, ребенок замыкается в себе. Доходит и до того, что школьник начинает все свое свободное время тратить на виртуальное общение.

Все это негативно сказывается и на учебно-познавательной деятельности. Динамичность и скорость получения исчерпывающей информации по Интернету перерастает в стремление получить готовую информацию, так как полученная информация в виртуальном мире не требует особого анализа, затем школьник перестает проявлять поисковые умения. В учебной деятельности школьника (а зачастую – и студента) подобная пассивность по отношению к информационным ресурсам приводит к трудностям, связанным с анализом полученной информации, с устным логичным и обоснованным выступлением по проблеме, с необходимостью аргументировано высказать свое отношение к изучаемому материалу.

О формировании медиакомпетентности и о задачах медиаобразования говорит и Первый президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев в Проекте Долгосрочной программы развития образования до 2020 года [1]. Нурсултан Абишевич Назарбаев неоднократно отмечал первостепенную задачу современной системы образования в целях интеллектуального прорыва в будущее: «подготовка людей, обладающих критическим мышлением и способных ориентироваться в информационных потоках» [2].

Медиакомпетентность: понятие, структура, содержание

Очень часто в зарубежной педагогической литературе (особенно американской) встречается термин «медиаграмотность». Оксфордская энциклопедия дает этому понятию следующее определение: «Медиаграмотность» – процесс подготовки медиаграмотного человека, обладающего развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью» [3].

Сравнивая традиционные словарные трактовки слов «грамотность» и «компетентность», можно также обнаружить их сходство и близость.

Например, у С.И. Ожегова под словом «компетентный» понимается человек 1) знающий, осведомленный, авторитетный в какой-нибудь области; 2) обладающий компетенцией; а компетенция – как 1) круг вопросов, в которых кто-нибудь хорошо осведомлен; 2) круг чьих-то полномочий, прав [4, с. 289]. В том же словаре грамотный человек трактуется как 1) умеющий читать и писать, а также умеющий писать грамматически правильно, без ошибок; 2) обладающий необходимыми знаниями, сведениями в какой-либо области [4, с. 147].

В советском энциклопедическом словаре под грамотностью подразумевается 1) в широком смысле – владение навыками устной и письменной речи в соответствии с нормами литературного языка; 2) в узком смысле – умение только читать или читать и писать простейшие тексты; 3) наличие знаний в какой-либо области [5, с. 335], а слово «компетенция» (от *лат.* *competere* – добиваюсь, соответствую, подхожу)

определяется как 1) круг полномочий, представленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу; 2) знания и опыт в той или иной области [5, с. 613].

Можно привести примеры и других определений грамотности, компетентности и компетенции, но они в целом отличаются лишь стилистически.

Огромный вклад в уточнение термина «медиакомпетентность» внесли исследования Н.И. Гендиной, которая провела анализ различных определений, связанных с понятием информационной культуры, и обнаружила, что в современном мире «используется неунифицированная терминология, зачастую без четкого определения..., взамен таких близких по смыслу понятий, характеризующих знания и умения человека по работе с информацией, как «библиотечно-библиографическая культура», «культура чтения», «библиотечно-библиографические знания», «библиотечно-библиографическая грамотность», все чаще используются понятия «компьютерная грамотность», «информационная грамотность», «информационная культура» [6, с. 21].

Термин «медиа» происходит от *лат.* «*media*» («средство») и в современном мире употребляется как аналог термина СМК (средства массовой коммуникации и информации: печатные издания, фотографии, радио, кинематография, телевидение, видео, интернет и т.д.)

А под средствами массовой информации понимается «комплекс организованных структур и коммуникативных каналов, которые готовят и передают информацию, предназначенную для массовой аудитории. При этом в формулировках «медиа», принятых в разных странах, как правило, нет разночтений. Они отличаются только стилистически. С другой стороны, наше исследование показало, что, как и в педагогической науке в целом, и в медиаобразовании не существует единой принятой во всех странах мира терминологии относительно формулировок таких ключевых понятий, как «медиаобразование», «медиаграмотность», «медиакомпетентность».

Первое общепризнанное определение «*media education*» было выработано на совместном совещании сектора информации ЮНЕСКО и Международного совета по кино и телевидению в 1973 году, которое нашло отражение в последующих трактовках. В психологии медиаобразование трактуется как «направление в педагогике, выступающее за изучение аудито-

рией «закономерностей массовой коммуникации (пресса, телевидения, радио, кино, видео и т.д.) [7].

Ведущий российский специалист Ю.Н. Усов [8] считал, что медиаобразование – это процесс развития личности средствами и на материале средств массовой коммуникации. А.В. Шариков предлагает понимать под медиаобразованием образование в области массовой коммуникации, приобщение к «тайнам и закономерностям этого чрезвычайно важного феномена» [9].

По мнению профессора А.В. Федорова, долгие годы исследовавшего сферу медиаобразования, «медиаграмотность» – развитая способность к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа» [10].

По мнению российских и казахстанских исследователей (А.В. Федоров, Н.П. Рыжих, Л.С. Ахметова и др.), медиакомпетентность личности – совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме [11, 12, 13].

Упростив и обобщив все формулировки термина, мы в нашем мини-исследовании под медиакомпетентностью будем подразумевать комплекс способностей использовать, анализировать, оценивать медиаресурсы в купе со способностями к самостоятельному, творческому и социально-ответственному действию по отношению к медиа.

В качестве структуры медиакомпетентности выделяет следующую классификацию умений известный американский медиапедагог С.Дж. Бэрэн [14]:

1) «способность и готовность сделать усилие, чтобы воспринимать, понять содержание медиатекста и отфильтровывать «шум»;

2) понимание и уважение силы влияния медиатекстов;

3) способность различать эмоциональную и аргументированную реакцию при восприятии, чтобы действовать соответственно;

4) развитие компетентного предположения о содержании медиатекста;

5) знание условностей жанров и способность определять их синтез;

6) способность размышлять о медиатекстах критически, независимо от того, насколько влиятельны их источники;

7) знание специфики языка различных медиа и способность понимать их воздействия, независимо от сложности медиатекстов».

Аналогичную, но более компактную и систематизированную структуру медиакомпетентности, состоящую из пяти блоков обязательных умений, разработал немецкий педагог В. Вебер: «Во-первых, это обе формы деятельностно-ориентированного анализа медиа:

- отбор и использование того, что могут предложить медиа;

- разработка своего собственного медиапродукта.

Во-вторых, содержания терминов обеих форм включают знания и аналитические способности, связанные с:

- креативными возможностями, на которых основаны различные виды медиа;

- предусловиями для эффективного использования медиа;

- экономическими, социальными, техническими, политическими условиями, которые связаны с производством и распространением медиапродуктов» [15].

Американский медиапедагог А. Силвэрблет выделяет следующие «элементы медиакомпетентности» [16]:

- способность критического мышления, которая дает возможность аудитории развить независимые суждения о содержании медиа;

- понимание процесса массовой коммуникации;

- понимание воздействия медиа на личность и общество;

- развитие умений анализировать и обсуждать медиатексты;

- рассмотрение содержания медиа как «текста», который обеспечивает понимание нашей современной культуры и нас самих;

- развитие способностей получать удовольствие, понимать и оценивать медийное содержание;

- способность производить эффективные и ответственные медиатексты.

Согласно данным структурным компонентам, разработана уровневая характеристика сформированности медиакомпетентности учащихся и проведено соответствующее мини-исследование среди школьников.

Модель сформированности медиакомпетентности школьников и организация мини-исследования по выявлению уровня сформированности медиакомпетентности учащихся старших классов

Для оценки уровня развития медиакомпетентности А.В. Федоровым были разработаны следующие показатели (в дальнейшем они найдут отражение в нашей модели сформированности медиакомпетентности учащихся – таблица 1):

- мотивационный (характеризует причины контактов с медиа);
- информационный (характеризует уровень знаний по теории медиа и медиакультуры);
- перцептивный (характеризует адекватность восприятия медийного воздействия (медиаатекста));
- контактный (характеризует частоту взаимодействия с медиа);
- интерпретационный/оценочный (характеризует способности к анализу, оценке и критике медиаатекстов и медийных воздействий);
- практико-операционный (характеризует практические умения самостоятельного создания медиаатекстов различных видов и жанров);
- креативность (характеризует уровень творческого начала в различных видах деятельности, связанных с медиа).

Охарактеризуем крайние точки сформированности медиакомпетентности у школьников – адаптивный и креативный уровни.

Характеристика низкого – адаптивного уровня развития медиакомпетентности: «слабый интеллект (в отношении решении проблемы и творческих способностей), предпочтение того, чтобы «все шло своим чередом»; слабая память, способная иногда запомнить только очень важные вещи; тематическая зависимость, отсутствие проницательности, то есть непонимание того, что является важным в сообщениях; нужда в советчике, помощнике, справочнике, руководстве изучения; низкая терпимость к многозначности медиаатекстов, неуверенность; слабое концептуальное дифференцирование при наличии немногих категорий для сообщений; отрицательное отношение к новым сообщениям, которые не соответствуют привычным категориям, или упрощение данного медиаатекста – переброс его в самую легкую категорию.

Характеристика высокого – креативного уровня развития медиакомпетентности: выделение главного смысла медиаатекста; анализ:

выявление основных элементов медиаатекста; сравнение: определение похожих и уникальных фрагментов медиаатекста; оценка ценности медиаатекста или его фрагмента; суждение на основе сравнения согласно определенному критерию; реферирование: способность создавать краткое, ясное и точное описание медиаатекста; обобщение; дедукция: использование общих принципов, чтобы объяснить отдельные сведения; индукция: выведение общих принципов из наблюдения отдельных сведений; синтез: способность повторно собирать элементы в новую структуру.

В целях выявления уровня сформированности медиакомпетентности учащихся старших классов было проведено соответствующее мини-исследование, состоящее из 3-х этапов: констатирующего, формирующего и контрольного. Общая выборка мини-исследования – 80 школьников – учащиеся 9-х классов СШ № 118.

Нами была разработана анкета, состоящая из 22 вопросов, ориентированных на диагностику показателей медиакомпетентности старших школьников (показатели отражены в модели – таблица 1).

Констатирующий и контрольный этапы нашего мини-исследования предполагали заполнение вышеназванной анкеты, которая для выявления исходного состояния имела закрытую форму (т.е. готовые ответы для выбора), а при использовании во время контрольного среза предполагала открытое использование (написание вариантов ответов самими учащимися).

Формирующий этап предполагал разработку и апробацию краткосрочной медиаобразовательной программы в 9-х классах.

Программа состояла из практико-ориентированного элективного курса, названного нами «Первые шаги в Мире Медиа», и интегрированных в классные и психологические часы, уроки самопознания и литературы медиаобразовательных заданий.

Практико-ориентированный элективный курс «Первые шаги в Мире Медиа» был рассчитан на 40 часов и должен был способствовать развитию знаний о медиа, умений медиапотребления, медиакритики и медиаконструирования.

По нашему предположению медиаобразовательная программа в целом должна была повысить уровень критического восприятия информации из масс-медиа и развить способность создавать самостоятельные медиа-продукты.

Таблица 1 – Модель сформированности медиакомпетентности учащихся старших классов

№	Показатели медиакомпетентности	Содержание показателей медиакомпетентности	Уровни сформированности медиакомпетентности			
			Адаптивный	Репродуктивный	Эвристический	Креативный
1	Мотивационный	Мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.	Жанровые, тематические и эмоциональные мотивы контакта с медиа и медиатекстами	Жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические и гедонистические мотивы контакта с медиа и медиатекстами	Жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические и моральные мотивы контакта с медиа и медиатекстами	Жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные и эстетические мотивы контакта с медиа и медиатекстами
2	Контактный	Частота общения/контакта с медиа и произведениями медиакультуры (медиатекстами)	Очень редко	Редко	Иногда	Часто
3	Информационный	Знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации	Только терминологии	Терминологии и теории медиакультуры	Терминологии, теории и истории медиакультуры	Терминологии, теории, истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации
4	Перцептивный	Способности к восприятию медиатекстов	низкие	Средние	Достаточные	Высокие
5	Оценочный	Умения анализировать, оценивать и подвергать критике медиатексты и медийные воздействия	Умения анализировать медиатексты и медийные воздействия	Умения анализировать и оценивать медиатексты и медийные воздействия	Умения анализировать, оценивать и подвергать критике медиатексты и медийные воздействия	Умения анализировать, оценивать, подвергать критике и находить слабые места в медиатекстах и медийных воздействиях
6	Деятельностный	Умения выбирать те или иные медиа и медиатексты, создавать/распространять собственные медиатексты, умения самообразования в медийной сфере	Выбирать медиатексты	Выбирать медиа-тексты и создавать презентации	Выбирать медиа-тексты, создавать презентации и распространять их	Выбирать медиатексты, создавать, распространять собственные медиатексты, учиться новому в медиасреде
7	Креативный	Наличие творческого начала в различных аспектах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа	Творчество только в игровой медиатеатральности	Творчество в перцептивной и игровой видах медиа-деятельности	Творчество в перцептивной, игровой и художественной видах медиа-деятельности	Творчество в перцептивной, игровой, художественной и исследовательской видах медиа-деятельности

Основные разделы содержания курса «Первые шаги в Мире Медиа» касались изучения таких ключевых понятий медиаобразования, как «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентации медиа» и «аудитория медиа». Практическая часть курса была направлена на подготовку и создание учащимися медиатекстов на заданную тему, коллективное обсуждение и оценку произведений медиакультуры, использование современных компьютерных программ для создания новых медиа-продуктов и др.

Медиаобразовательные задания, интегрированные в классные и психологические часы, касались проблем медиакультуры, медиавосприятия, создания медиасценариев, обсуждения проблем и перспектив развития сферы медиа и т.п.

Медиаобразовательные задания, интегрированные в уроки самопознания и литературы, основывались на контенте данных занятий по программе 9-х классов средней школы и были направлены на коллективные просмотры с пос-

ледующим анализом и оценкой программ, видеороликов и экранных медиатекстов (фильмов, телепередач, интернетных сайтов).

Результаты мини-исследования на выявление уровня сформированности медиакомпетентности учащихся старших классов

На первый вопрос разработанной анкеты «Откуда вы получаете большую часть информации?» респонденты в своих предпочтениях отметили Интернет и телевидение (рисунок 1). Исходя из этих результатов мы в нашем мини-исследовании уровня сформированности медиакомпетентности старших школьников ориентировались на три направления: 1) медиакомпетентность в сетях Интернета (социальные сети, провокационные сайты и т.д.); 2) медиакомпетентность в видеомедиакультуре (ТВ, кино, шоу-программы, видеоролики и т.д.); 3) медиакомпетентность в аудио-медиакультуре (радио, современная музыка и т.д.).

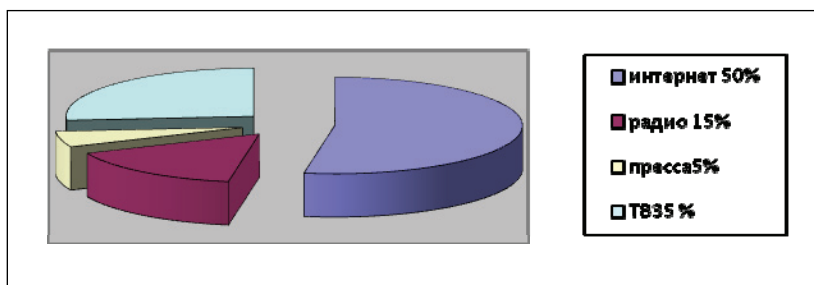


Рисунок 1 – Медиапредпочтения девятиклассников СШ №118 г. Алматы

На вопрос, в каких сетях вы зарегистрированы и сидите, большинство девятиклассников отметили такие социальные сети, как «В контакте», «Аскми», «Мой Мир». Это говорит о том, что старшие школьники больше времени тратят на виртуальное общение. Также среди любимых фильмов в данных классах на первых местах стоят фильмы ужасов «Пила», «Хостел», «Пункт Назначения», «Ходячие Мертвецы». Преобладание сериалов («Интерны», «Универы», «Вузеры») над художественными фильмами, а сериалы, которые они отметили, в которых «грязные, пошлые шутки», свидетельствует о низком уровне медиакультуры и умений оценивать медиа-материал. На вопрос, хотите ли больше узнать о методах получения информации, 65% отметили «нет», соответственно

только 35% учащихся отметили «да», что также говорит об отсутствии желания и умений самообразования в медийной среде. Мы не будем подробно останавливаться на анализе вопросов анкеты.

Обобщив все сведения, полученные в результате обработки анкеты, и занеся их в карту обработки, составленную в соответствии с моделью сформированности медиакомпетентности школьников, мы получили следующее распределение учащихся по уровням: адаптивный уровень – 37,68%, репродуктивный уровень – 35,73%, эвристический уровень – 14,86%, креативный – 11,73% (рисунок 2).

Все эти процентные показатели говорят о преобладании низких уровней медиакомпетентности в 9-х классах средней школы (адаптив-

ного и репродуктивного), что свидетельствует о необходимости формирования этого комплекса способностей, которые не возникают стихийно.

Т.е. результаты констатирующего этапа мини-исследования показали недостаточную сформированность медиакомпетентности учащихся 9-х классов, что показано на рисунке 2.

Дальнейшая работа на формирующем этапе строилась с учётом необходимости гармоничного формирования всех показателей формирования медиакомпетентности учащихся.

Напомним, что на формирующем этапе была разработана и апробирована краткосрочная медиаобразовательная программа для 9-х классов, которая предполагала 40-часовое прохождение практико-ориентированного курса «Первые шаги в Мире Медиа».

Также медиаобразовательные задания были интегрированы в классные и психологические часы, уроки самопознания и литературы (т.е. основывались на контенте уроков самопознания и литературы по программе 9-х классов средней

школы). В течение 3-х недель по 2 часа в день учащиеся 9-х классов проходили занятия, повышающие уровень знаний о медиа, развивающие умения медиапотребления, медиакритики и медиаконструирования.

Формирующий этап мини-исследования дал позитивную динамику формирования медиакомпетентности, о чем свидетельствуют результаты контрольного среза в итоге прохождения медиаобразовательной программы.

Распределение по уровням сформированности медиакомпетентности стало следующим: адаптивный уровень – 13,67% учащихся (что на 24,01% ниже, чем в исходном срезе), репродуктивный уровень – 24,98% (на 10,72% ниже чем в исходном срезе), эвристический уровень – 32,48% (динамика повышения на 17,62%), креативный уровень – 28,86% (динамика повышения на 17,13%).

Результаты сформированности медиакомпетентности после формирующего этапа отражены в рисунке 3.

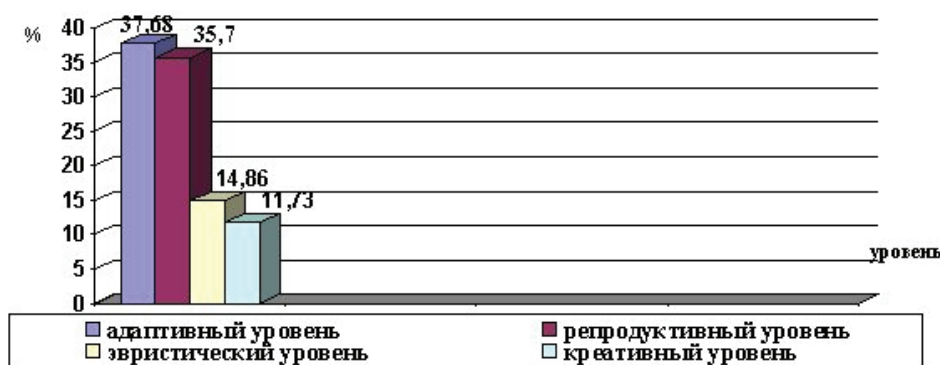


Рисунок 2 – Уровень сформированности медиакомпетентности учащихся 9-х классов (констатирующий этап)



Рисунок 3 – Уровень сформированности медиакомпетентности учащихся 9-х классов (контрольный этап)

Проанализировав динамику уровня сформированности медиакомпетентности до и после формирующего этапа, можно увидеть некоторую закономерность: если на адаптивном уровне до прохождения медиаобразовательной программы было выявлено большое количество учащихся, то после данной работы приличное количество учеников (24%) перешли на другие уровни. А закономерное повышение количества учащихся на эвристическом и креативном уровнях сформированности медиакомпетентности (примерно на 17%) объясняется высоким интеллектуальным потенциалом этих учащихся, т.к. согласно последним исследованиям интеллекта именно свыше 17% детей показывают более высокий уровень интеллектуальных показателей [17].

Таким образом, в результате прохождения медиаобразовательной программы у учащихся 9-х классов СШ №118 можно наблюдать некоторое повышение уровня знаний о медиа, умений медиапотребления, медиакритики и медиаконструирования, уровня критического восприятия информации из масс-медиа, способности создавать самостоятельные медиапродукты. Т.е. можно констатировать повышение уровня медиакомпетентности учащихся данной категории, что свидетельствует о возможностях специалистов сферы образования в области формирования необходимых для учащихся качеств.

Заключение

Формирование медиакомпетентности в школе не исчерпывает всей проблемы влияния потоков медиа-масс на психику школьников. На сегодняшний день должны быть введены различные цензуры на потоки медиа, так как практически каждый из нас имеет неограниченный доступ к различным ресурсам.

Также решением этой проблемы, по нашему мнению, может стать привлечение школьников

к художественно-досуговой, творческой деятельности на медиаматериале, организация работы киноклуба, кинофакультативных занятий, просветительских занятий, посвященных Интернету, компьютерным играм и т.п.

Формирование навыков критического восприятия телеинформации, критического отношения, умений анализировать, оценивать потоки, ресурсы масс-медиа невозможно также без творческого отношения к этому процессу всех специалистов сферы образования.

В целях формирования медиакомпетентности учащихся рекомендуем учителям, классным руководителям, вожатым, социальным педагогам и школьным психологам использовать различного рода занятия и внеаудиторные формы (в том числе досуговые), включающие:

- разработку сценариев и мини-сценариев произведений медиакультуры;
- деловые игры по подготовке и созданию учащимися медиатекстов на заданную тему;
- создание афиш, газет, рекламных проспектов определенной тематики;
- съемку собственных учебно-популярных и творческих фильмов с использованием современных компьютерных программ;
- коллективное обсуждение произведений медиакультуры, например, кульминационных эпизодов с целью развития у аудитории эмоциональной, творческой активности;
- составление рассказов от имени героев (одушевленных или неодушевленных), фигурирующих в медиатексте и т.д.
- составление своих сценариев, подборка сценариев, анализ и коллективное обсуждение готовых сценариев;
- коллективные просмотры программ, видеороликов и коллективные обсуждения экранных медиатекстов (фильмов, телепередач, интернет-сайтов).

Литература

- 1 Проект Долгосрочной программы развития образования до 2020 года. – Астана, 2008. – С.4
- 2 Актовая лекция президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева на тему «Казахстан в посткризисном мире: интеллектуальный прорыв в будущее» – Алматы: Қазақ университеті, 2009. – С. 20.
- 3 International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. Oxford, 2001. – P.9494.
- 4 Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1989. – 924 с.
- 5 Сов.энциклопедический словарь / ред. А.М. Прохоров. – М.: Сов. энциклопедия, 1984. – 1600 с.
- 6 Гендина Н.И. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство (результаты российских исследований) // Школьная библиотека. – 2005. – № 3. – С. 18-24.
- 7 Современный психологический словарь / под ред. Б.Г. Мещерякова., В.П. Зинченко. – М.:АСТ; СПб.: «Прайм-ЕВРОЗНАК», 2007. – 490 с.

- 8 Усов Ю.Н. Основы экранной культуры // Искусство в школе. – 2005. – № 6. – С. 73-78.
- 9 Шариков А.В. Так что же такое медиаобразование? // Медиаобразование. – 2005. – № 2. – С. 75-81.
- 10 Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.
- 11 Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза: монография. – М., 2007. С. 4-17.
- 12 Рыжих Н.П. Развитие медиакомпетентности студентов педагогического вуза на материале экранных искусств: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во Таганрогского государственного педагогического института, 2008. – 232 с.
- 13 Ахметова Л.С. Государственная информационная политика в Казахстане: взгляд в будущее. - Руководитель проекта – проф. Л.С. Ахметова. - Учебное пособие. – Алматы. – 2010. – 350 с.
- 14 Федоров А.В., Новикова А.А., Колесниченко В.Л., Каруна И.А. Медиаобразование в США, Канаде и Великобритании. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. – 256 с.
- 15 Вебер В. Портфолио медиаграмотности // Информатика и образование. – 2002. – № 1 / http://www.infojournal.ru/journal_archiv/2002/
- 16 Silverblatt, A. (2001). Media Literacy. Westport, Connecticut – London: Praeger, 449 p.
- 17 Холодная М. А. Психология интеллекта: парадоксы исследования. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2002. – 272 с.
- 18 Научно-теоретические основы и профилактика проблем суицида среди молодежи: отчет о НИР (промежуточ.) / КазНУ им. аль-Фараби; рук. Айтбаева А.Б. –Алматы, 2013. – 203 с.– № госрегистрации:0112РК01051 . – Инв. №0213РК02804.

References

- 1 Projekt Dolgosrochnoj programmy razvitiya obrazovanija do 2020 goda. – Astana, 2008. – S.4
- 2 Aktovaja lekcija prezidenta Respubliki Kazahstan N.A. Nazarbaeva na temu «Kazahstan v postkrizisnom mire: intellektual'nyj proryv v budushhee» – Almaty: Қазақ университети, 2009. – S. 20.
- 3 International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. Oxford, 2001. – R.9494.
- 4 Ozhegov S.I. Slovar' russkogo jazyka. – М.: Russkij jazyk, 1989. – 924 s.
- 5 Sov.jenciklopedicheskij slovar' / red. A.M. Prohorov. – М.: Sov. jenciklopedija, 1984. – 1600 s.
- 6 Gendina N.I. Informacionnaja gramotnost' ili informacionnaja kul'tura: al'ternativa ili edinstvo (rezul'taty rossijskikh issledovanij) // Shkol'naja biblioteka. – 2005. – № 3. – S. 18-24.
- 7 Sovremennij psihologicheskij slovar' / pod red. B.G. Meshherjakova., V.P. Zinchenko. – М.:AST; SPb.: «Prajm-EVROZNAK», 2007. – 490 s.
- 8 Usov Ju.N. Osnovy jekrannoj kul'tury // Iskusstvo v shkole. – 2005. – № 6. – S. 73-78.
- 9 Sharikov A.V. Tak chto zhe takoe mediaobrazovanie? // Mediaobrazovanie. – 2005. – № 2. – S. 75-81.
- 10 Fedorov A.V. Razvitie mediakompetentnosti i kriticheskogo myshlenija studentov pedagogicheskogo vuza. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.
- 11 Fedorov A.V. Razvitie mediakompetentnosti i kriticheskogo myshlenija studentov pedagogicheskogo vuza: monografija. – М., 2007. S. 4-17.
- 12 Ryzhih N.P. Razvitie mediakompetentnosti studentov pedagogicheskogo vuza na materiale jekrannyh iskusstv: uchebnoe posobie. – Таганрог: Изд-во Таганрогского государственного педагогического института, 2008. – 232 с.
- 13 Ahmetova L.S. Gosudarstvennaja informacionnaja politika v Kazahstane: vzgljad v budushhee. - Rukovoditel' proekta – prof. L.S. Ahmetova. - Uchebnoe posobie. – Алматы. – 2010. – 350 s.
- 14 Fedorov A.V., Novikova A.A., Kolesnichenko V.L., Karuna I.A. Mediaobrazovanie v SShA, Kanade i Velikobritanii. – Таганрог: Изд-во Kuchma, 2007. – 256 с.
- 15 Veber V. Portfolio mediagramotnosti // Informatika i obrazovanie. – 2002. – № 1 / http://www.infojournal.ru/journal_archiv/2002/
- 16 Silverblatt, A. (2001). Media Literacy. Westport, Connecticut – London: Praeger, 449 p.
- 17 Holodnaja M. A. Psihologija intellekta: paradoksy issledovanija. – 2-e izd., pererab. i dop. – SPb.: Piter, 2002. – 272 s.
- 18 Nauchno-teoreticheskie osnovy i profilaktika problem suicida sredi molodezhi: otchet o NIR (promezhtoch.) / KazNU im. al'-Farabi; ruk. Ajtbaeva A.B. –Алматы, 2013. – 203 с.– № госрегистрации:0112РК01051 . – Инв. №0213РК02804.