

УДК 379.8

Белавина Александра Олеговна
магистрант по направлению «Организация работы с молодежью»,
ФГБОУ ВО «Таганрогский государственный педагогический
институт имени А.П. Чехова»
e-mail: alika1991@list.ru

Руководитель: докт.пед.наук, профессор Федоров А.В.

Медиакомпетентность личности студента: показатели и их
характеристика

UDC 379.8

Belavina Alexandra Olegovna
postgraduate degree in "Organization of work with youth"
FGBOU IN "Taganrog State Pedagogical
Institute of AP Chekhov "
e-mail: alika1991@list.ru

Director: dokt.ped.nauk Professor Fedorov A.V.

Media competence of the student's personality: indicators and their
characteristics

Краткая аннотация: В статье медиакомпетентность представлена как результат медиаобразовательной деятельности со студентами. При этом мы опираемся на показатели, выделенные А.В. Федоровым: мотивационный; контактный; информационный; перцептивный; интерпретационный/оценочный; практико-операционный (деятельностный); креативный. Нами представлена их краткая характеристика, которая опирается на исследования психологов и медиапедагогов.

Short abstract: The article is presented as a result of media competence of media education activities with students. At the same time, we rely on the amounts dedicated A.V .Fedorov: motivational; contact; information; perceptive; interpretative / evaluation; practice-operational (activity); Creative. We have

presented a brief description of them, which is based on the research of psychologists and media educators.

Ключевые слова: медиаобразование, показатели медиакомпетентности, студенты, мышление, анализ, творческая деятельность.

Keywords: Media Education, Media Literacy figures, students thinking, analysis, and creative activity.

Результатом медиаобразовательной деятельности со школьниками и студентами становится развитие их медиакомпетентности. Под медиакомпетентностью личности мы понимаем «совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-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» [4, с.54]. А.В. Федоров [3] выделяет семь показателей медиакомпетентности:

1. мотивационный – способствующий определению мотивов контактов с медиа. Среди них выделяют следующие: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.;
2. контактный показатель, направленный на определение частоты общения с медиа;
3. информационный показатель, уровень развития которого базируется на знании терминологии, теории и истории медиакультуры, а также процесса массовой коммуникации;
4. перцептивный показатель, отражающий способность личности к восприятию медиатекстов;
5. интерпретационный/оценочный показатель, уровень развития которого опирается на умение анализировать процесс функционирования масс-медиа в обществе, критически оценивать виды и жанры медиатекстов;

6. практико-операционный (деятельностный) показатель, отражающий степень умения личности выбирать необходимые медиатексты, создавать и распространять собственные медиатексты и т.д.;

7. креативный показатель, уровень развития которого способствует определению творческого начала в разных аспектах деятельности, связанной с медиа.

Рассмотрим кратко характеристику каждого из показателей медиакомпетентности, представленных в классификации А.В. Федорова. Мотивационный показатель отражает потребности и мотивы студентов при выборе того или иного медиа или медиатекста. Так, высокий уровень развития мотивационного показателя подразумевает включение в процессе взаимодействия с масс-медиа разнообразных потребностей: познавательных, психологических, эстетических, этических, творческих, а также потребности в самоактуализации личности. «Особенность чувств состоит в том, что они, совершенствуясь (степень их развития напрямую зависит от степени развития контактного показателя), образуют ряд уровней, начиная от непосредственных и заканчивая высшими чувствами (духовными ценностями и идеалами)» [2, с. 42].

Итак, высокий уровень развития мотивационного показателя сопровождается широким диапазоном включенности мотивов взаимодействия с медиатекстами, включающими эмоциональные, гносеологические, гедонистические, интеллектуальные, психологические, творческие, этические, эстетические, опирающиеся на стремления:

- «к выбору разнообразного жанрового и тематического спектра медиатекстов при обязательном включении неразвлекательных жанров;
- к получению новой информации;
- к рекреации, компенсации развлечению (в умеренных дозах);
- к идентификации, сопереживанию;
- к подтверждению собственной компетентности в различных сферах жизни и медиакультуры;
- к поиску материалов для учебных, научных, исследовательских целей;

- к получению художественных впечатлений;
- сделать усилие, чтобы воспринимать, понять содержание медиатекста, отфильтровывать «шум», стремление к философскому/интеллектуальному, этическому, эстетическому спору/диалогу с создателями медиатекста, к критике их позиции;
- научиться создавать медиатексты самому, изучая конкретные примеры творчества профессионалов» [3, с. 34].

Информационный, перцептивный и оценочный показатели медиакомпетентности находятся в прямой зависимости от такого психологического процесса как мышление. Под ним Р.С. Немов понимает движение идей, которое направлено на распознавание сути вещей. «Его итогом является не образ, а некоторая мысль, идея, а специфическим результатом может являться понятие. Мышление подразумевает теоретическую и практическую деятельность, и предполагает включенность в нее действий и операций ориентировочно-исследовательского характера» [2, с. 41].

В структуре мышления выделяются такие логические операции как: сравнение, анализ, синтез, абстракция и обобщение. Сравнение часто проявляется как первичная форма теоретического и практического познания. Мы полагаем, что сравнение (как мыслительная единица) в большей мере относится к понятийному/информационному показателю медиакомпетентности. Достаточно сложно разграничить процессы, относящиеся к мыслительным операциям, поэтому границы между информационным, перцептивным и оценочным показателями достаточно условны. Мы можем утверждать, что оценочный показатель предполагает анализ медиатекста на основе имеющихся у студента знаний по теории и истории медиа. При этом медиатекст анализируется в соответствии с основными структурными компонентами. Результаты анализа ложатся в основу формулировки общей оценки медиапроизведения, определения авторской концепции.

А.В. Федоровым представлена характеристика рассматриваемых показателей в соответствии с низким, средними высоким уровнями их развития. В своей статье мы хотим рассмотреть критерии, присущие высокому уровню развития информационного и перцептивного показателей:

- «по информационному показателю медиакомпетентности: знания большинства базовых терминов, теорий медиа и медиаобразования, специфики медийного языка, условностей жанров, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, ясное понимание процесса массовой коммуникации в социокультурном контексте, медийных воздействий, типологии влияния на аудиторию в контексте реального мира, отличия эмоциональной и аргументированной реакции на медиатекст;

- по перцептивному показателю медиакомпетентности: отождествление с автором медиатекста при сохранении основных компонентов «первичной» и «вторичной» идентификации (кроме наивного отождествления действительности с содержанием медиатекста): то есть способность соотнесения с авторской позицией, которая, в частности, позволяет предугадать ход событий медиатекста» [4, с. 16].

Отметим, что оценочный/интерпретационный показатель медиакомпетентности напрямую зависит от уровня развития информационного, мотивационного и перцептивного показателей. Высокий уровень развития оценочного показателя, по мнению А.В. Федорова, выражается в следующих умениях: «критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме с учетом разнообразных факторов на основе высокоразвитого критического мышления; анализировать медиатексты на основе способности к медиавосприятию, близкому к «комплексной идентификации»; способности к анализу и синтезу пространственно-временной формы медиатекста; понимания, интерпретации (трактовка), предполагающих сравнение, абстрагирование, индукцию, дедукцию, синтез; дать критическую оценку авторской концепции в контексте структуры произведения, историческом и культурном контекстах (при этом выражается аргументированное согласие или

несогласие с авторской позицией создателей медиатекста); представить критическую оценку моральной, эмоциональной, эстетической, социальной значимости медиатекста; соотносить эмоциональное восприятие с понятийным суждением, переносить это суждение на другие жанры/виды медиакультуры; связать медиатекст со своим опытом и опытом других людей»[4, с. 21].

Особое внимание при организации и осуществлении медиаобразовательной деятельности со студентами уделяется практико-деятельностному и креативному показателям медиакомпетентности. Учеными отмечается особенность креативного показателя, заключающаяся в определенной автономности от уровней развития других показателей в классификации А.В. Федорова. Психологи подчеркивают, что творчество никаким образом не привязано к определенному возрастному периоду. Самые «продвинутые» творцы – дети дошкольного и младшего школьного возраста. По мнению Л.С. Выготского, «они не задумываются о мотивации своих действий, для них более важную роль играет эмоциональная сфера. Начиная с переходного возраста, деятельность воображения, которое является побудителем к творчеству (в том виде, как она проявлялась в детском возрасте) свертывается. Учащийся начинает критически относиться к своему творчеству. В этом возрасте «ведущие места» занимают два основных типа воображения: «пластическое (внешнее) и эмоциональное (внутреннее). Одно из них мы можем назвать объективным, а другое субъективным» [1, с. 29-30]. Поэтому медиапедагоги при выборе форм и методик проведения медиаобразовательных занятий со студентами часто используют эвристические, креативные, игровые формы. Это способствует созданию оптимальных условий, направленных на повышение уровней развития практико-деятельностного и креативного показателей в студенческой аудитории.

При выполнении заданий юноши и девушки опираются не только на свои знания и умения в области медиа, но подключают фантазию, воображение. Л.С. Выготский отмечал, что «творческая деятельность воображения находится в прямой зависимости от богатства и разнообразия прежнего опыта человека,

потому что этот опыт представляет материал, из которого создаются построения фантазии» [1, с. 10]. Следовательно, можно говорить, что уровень развития творческих способностей дошкольника будет ниже, чем, например, студента, что выражается в сложности создаваемых ими медиатекстов. Отметим, что сейчас мы говорим о качественном показателе, в то время как по количественному показателю дошкольный возраст будет лидировать.

По нашему мнению, в работе со студентами, направленной на развитие их медиакомпетентности, необходимо опираться в большей степени на теоретическое понятийное и образное мышление. Этому способствуют и его возрастные особенности, которые проявляются в активном использовании при выполнении различных заданий абстрактно-логического мышления, умении рассуждать на отстраненные темы, аргументируя свою позицию по обсуждаемому вопросу, создавать абстрактные теории и т.д.

Литература

1. Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: Педагогика-Пресс. – 1997. – 534 с.
2. Немов Р.С. Общие основы психологии. М.: ВЛАДОС. - 2001. - 688 с.
3. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. - Ростов: Изд-во ЦВВР. - 2001. - 708 с.
4. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М. - 2007. - 616 с.

Literature

1. *Vygotsky L.S. Pedagogical psychology. M.: Education-Press. - 1997. - 534 p.*
2. *Nemov R.S. General principles of psychology. M.: VLADOS. - 2001. - 688 p.*
3. *Fedorov A.V. Media Education: History, Theory and Methods. - Rostov Univ TSVVR. - 2001. - 708 p.*
4. *Fedorov A.V. Development of media competence and critical thinking of students of pedagogical high school. M. - 2007. - 616 p.*