

# МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ИНОЯЗЫЧНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

*Блинкова Л.М., Прохоренко О.Г., Осипова К.В.  
Белорусский государственный университет*

В статье рассматривается проблема медиаобразования студентов. Раскрывается содержание уровней сформированности медийной грамотности и определяющие их показатели. Представлены результаты диагностического исследования. Приведен пример создания иноязычного медиа проекта.

The article considers the issue of media-education of students. The subject matter of media competence levels and their determination factors are revealed. The results of the diagnostic study are presented. The example of a foreign-language media project is provided.

Процесс медиаобразования учащихся высших учебных заведений приобретает сегодня уже в некоторой степени систематический характер. Включение медийного обучения в учебный процесс осуществляется по следующим моделям:

1) Учебное заведение включает в учебный план конкретные дисциплины, связанные с цифровой, медийной и информационной грамотностью при составлении учебных программ.

2) Учебное заведение выбирает стратегию обучения способности критического отбора информации из медиасредств и формирования навыков создания и обмена информацией при помощи ИКТ в процессе преподавания всех дисциплин.

3) Учебное заведение интегрирует медиаобразование практическим, неформальным путем в дополнение к конкретным предметам [1].

В частности, при подготовке специалистов в области компьютерной лингвистики и лингводидактики медиаобучение осуществляется в рамках курсов «Язык средств массовой информации», «Социокультурные основы речевого общения», «Язык профессионального общения». Это лишь некоторые дисциплины, которые, при участии формального образовательного посредника, образуют социальный, технологический и медиа контекст – так называемый учебный план, в рамках которого и формируется медийная грамотность.

Выбор модели во многом зависит от специфики аудитории. До начала реализации модели медиаобучения педагог должен иметь четкое представление об уровне информированности данной конкретной аудитории в области медиа.

Нами была проведена диагностика сформированности медиаграмотности у студентов первого курса специальности «Современные иностранные языки». Распределение по уровням сформированности медийной грамотности осуществлялось в соответствии со следующими показателями [2, С.18-19]:

## 1. Элементарный уровень:

- в аудитории используются преимущественно печатные материалы (комиксы, иллюстрации, учебники, словари);
- не у всех учащихся есть компьютеры;
- педагог устно излагает материал и использует составление историй как инструмент работы в аудитории;
- периодически используются простые медиа презентации;

- обсуждение медиа происходит в контексте индивидуального эмоционального опыта;
- опыт работы с медиа средствами самый элементарный: учащиеся способны включать и выключать компьютеры, запускать программы;
- доступ учащихся к библиотечным услугам ограничен;
- упор в медиаобразовании делается на стратегии безопасного поведения, а не на анализ или производство медиа контента.

## 2. Базовый уровень:

- в аудитории используются электронные и печатные материалы;
- у учащихся есть возможность часто работать с компьютерами;
- педагог поощряет учащихся к активным действиям с медиа: прослушивать и записывать медиа тексты,
- создавать иллюстрации, например, рекламу и постеры;
- используются более сложные медийные формы, например, видео; учащиеся знакомы с простыми методами анализа медиа;
- учащиеся приобретают простые навыки производства медиа (запись звука, фотографирование);
- медиа часто обсуждаются в ходе групповой работы и дискуссии;
- учащиеся приобретают некоторый опыт в области более сложных технологий, например, создание анимации и коротких фильмов;
- учащиеся имеют доступ к библиотечным услугам;
- основной упор делается на преимущества и сознательное применение медиа.

## 3. Продвинутый уровень

- в аудитории доступны и используются разнообразные медиа источники;
- учащиеся могут ежедневно использовать компьютеры;
- педагог регулярно использует различные медиа технологии;
- в аудитории используются сложные медиа презентации, созданные в других культурных контекстах, например, зарубежные фильмы;
- учащиеся способны работать с различными медиа продуктами и создают свой медиаконтент (видеоочерки, газетные издания, блоги и т.п.);
- учащиеся способны участвовать в дискуссии, обсуждать медиа в малых группах;
- учащиеся работают над проектами, связанными с собственной медиа средой;
- библиотечные услуги доступны каждый день;
- акцент делается на производство медиа, юридические аспекты и критическое мышление.

На основе представленных выше показателей нами была разработана анкета, состоящая из 8 вопросов с вариантами ответов, а также учащимся было предложено написать свою личную Медиобиографию. В «Медиобиографию» было включено 14 вопросов, на которые учащиеся должны были дать развернутые ответы. Среди них: «Что вы понимаете под Медиа?», «Какой вид медиа был первым в вашей жизни?», «Каковы ваши первые воспоминания, связанные с медиа?», «Когда вы научились читать?», «Когда вы сделали первую фотографию?», «Когда вы впервые использовали Интернет?», «Кто научил вас использовать медиа (читать газеты, журналы, пользоваться Интернетом)?», «Обдумываете ли вы Информацию, которую получаете из Медиа источников?», «Когда вы впервые получили доступ (дома и в школе) к определенным медиа устройствам (TV, компьютеру, планшету, электронной книге)?», «Какой вид Медиа являлся наиболее важным для вас в разные годы вашей жизни?», «Какие эмоции вызывали у вас Медиа в разном возрасте?», «Есть ли какая-либо Информация, которую вам еще рано или нельзя знать вообще?», «Какая Информация

значима для вас сейчас?», «Если вы посещаете библиотеку, расскажите, что конкретно вы там делаете».

73% студентов отождествляют медиа с телевидением, компьютером, Интернет и т.д., – что соответствует элементарному уровню развития в сфере медиа. 30% респондентов ответили, что «медиа – это все то, откуда мы получаем информацию» – базовый уровень. Все учащиеся считают телевидение («телевизор») первым в своей жизни источником медиа. Свои первые воспоминания, связанные с этим видом медиа они связывают с приятными эмоциями: интересно, весело, увлекательно. Все респонденты утверждали, что они научились читать в первом классе (базовый уровень), а свою первую фотографию они сделали в возрасте до 10 лет (продвинутый уровень). В этом же возрасте учащиеся впервые получили доступ (дома и в школе) к определенным медиа устройствам (TV, компьютеру, планшету, электронной книге) и впервые познакомились с сетью Интернет, причем 70 % учащихся овладевали этим искусством самостоятельно либо с помощью друзей. Отрадно отметить, что 80% учащихся стараются всегда обдумывать получаемую из медиа источников информацию. При этом 91% респондентов полагает, что нет такой информации, которую им еще рано или нельзя знать вообще. Это может свидетельствовать об отсутствии навыков безопасности: у учащихся нет представлений о возрастных ограничениях, вредоносных контактах и содержании. Среди значимой информации учащиеся отмечали «новости, то, что происходит в мире сейчас, новости спорта, новости о новинках автопрома; информацию, касающуюся учебы». 50% учащихся посещают библиотеку с целью получения книг для обучения, оставшиеся 50 % не посещают ее вообще.

Анализ анкет выявил, что 90% опрошенных ежедневно используют в своей учебной деятельности компьютер и пользуются Интернет, однако оставшиеся 10% отмечают отсутствие компьютера или доступа к Интернет. Во время занятий используются аудио, видео и презентации. Опрошенные умеют записывать звук (пользоваться звуковыми редакторами), фотографировать, создавать видео, создавать блоги. 47% отметили, что до обучения в вузе им не приходилось создавать медиа проекты, а оставшиеся 53% участвовали в издании школьных газет и журналов, создавали аудиовизуальные модули.

Результаты проведенного исследования показывают, что молодое поколение готово экспериментировать, что является важным элементом формирования медийной грамотности, так как учащиеся получают шанс приобрести новый опыт, испытать себя в роли участников процесса производства и распространения медиа.

Возможность приобретения такого опыта студенты специальности «Современные иностранные языки» получают в процессе создания творческих проектов в рамках дисциплины «Социокультурные основы речевого общения». В качестве примера рассмотрим работу над проектом «Information Age and Electronic Commerce».

Создание иноязычного творческого проекта как правило затратно по времени и предусматривает реализацию следующих этапов: подготовительного, планирования, исследования, представления и рефлексии.

Целью подготовительного этапа является выбор темы, определение характера деятельности (индивидуальной или групповой), определение проблемы и вытекающих из нее задач исследования. Работа над проектом «Информационное общество и электронная коммерция» стала для студентов чрезвычайно увлекательной в силу своей актуальности и личностной значимости. Посредством мозгового штурма участники проекта выделили следующие вопросы: «Все ли информационные технологии имеют позитивное влияние на жизнь людей», «Технологии, которые изменят мир в ближайшие 10 лет», «Небезопасные технологии», «21 информационный признак того, что мы живем в 21 веке», «Как Интернет изменил мою жизнь», «Что и как покупать

через Интернет: делимся опытом» и др. Следует отметить, что все обсуждения и соответственно презентации проектов происходили на английском языке, уровень владения иностранным языком позволял студентам свободно и полно выражать свои мысли.

Для решения поставленных проблем на этапе планирования студенты по желанию разделились на микрогруппы. В этих группах они осуществляли поиск источников информации, выбирали способы оформления конечных результатов, определяли критерии оценки. К последним, унифицированным, критериям были отнесены: активность каждого участника проекта в соответствии с его индивидуальными возможностями; коллективный характер принимаемых решений; творческий характер общения и взаимопомощи участников проекта; необходимая и достаточная глубина проникновения в проблему; привлечение знаний из других областей; доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы; эстетика оформления результатов проведенного проекта; умение отвечать на вопросы оппонентов.

На этапе исследования студенты занимались сбором, систематизацией и анализом полученных данных. На этом этапе студентами осуществлялось максимальное применение методов и приемов актуализации информационной грамотности: поиск, анализ и классификация необходимой информации как в сети Интернет, так и в справочной литературе, аудио- и видео продукции, формулировалось свое отношение, собственная точка зрения на проблему, раскрываемую в проекте. Для работы с информацией студентам было предложено ознакомиться со следующими инструкциями:

– *«Опишите тему. Составьте план.*

– *Обдумайте, какая информация вам понадобится: научные издания, статистические данные или интервью? Опишите тематическую область, в которой надо провести поиск информации.*

– *Подумайте, какие знания по теме поиска у вас уже имеются. Откуда у вас появились эти знания? Оцените, пригодятся ли они для выполнения задания.*

– *Теперь можно начинать поиск. Подумайте о подходящих терминах для поиска. Используйте план, имеющиеся в вашем распоряжении тезаурусы и другие ресурсы. Подумайте, как можно объединить термины для поиска, ограничить или расширить поиск. Используйте иноязычные термины. Подумайте, откуда начинать поиск (библиотеки, Интернет, эксперты в данной области).*

– *После завершения поиска, обдумайте ответы на следующие вопросы: Сохранили вы свои источники? Знаете ли вы, как их правильно процитировать? Какие аспекты следует учитывать при выборе источников? Отказались ли вы от использования определенных источников потому, что сомневались в их надежности? Если да, пытались ли вы найти другие источники?*

– *Наконец, оцените свои результаты поиска и использования информации. Знаете ли вы, как использовать базы данных и поисковые службы? Правильные ли термины вы использовали для поиска? Являются ли ваши навыки поиска информации достаточными? Какие из них следует развить? Как вы планируете это сделать? Дал ли ваш поиск неожиданные результаты? Удалось ли вам обнаружить информацию, необходимую для выполнения задания? Если да, то какую? Как вы решали возникавшие проблемы?» [2, С.28].*

Следует отметить, что студенты не всегда демонстрировали навыки критического анализа; не всегда видели разницу между фактом и вымыслом, рекламой и другими видами медиа, обдуманно выбирали авторов информации и могли оценить информацию.

Роль педагога на данном этапе заключается в оказании помощи при ориентации в море информации, при знакомстве учащихся с многообразием медиа. Преподаватель должен научить ставить вопросы о ценностях медиа информации, размышлять о выборе конкретного медиа ресурса, нацеливать на поиск надежной информации, знакомить с правами и обязанностями медиа пользователей и т.д.

На этапе презентации студенты публично, с привлечением авторов других проектов представляли свои проекты (был проведен конкурс иноязычных творческих проектов). Результатами работы стали видеоролики «Технологии, которые изменят мир в ближайшие 10 лет», «Небезопасные технологии», «Как Интернет изменил мою жизнь», журналы «Что и как покупать через Интернет: делимся опытом» и «21 информационный признак того, что мы живем в 21 веке». Заметим, что презентация каждого проекта заканчивалась дискуссией, а именно: студенты обсуждали волнующие их вопросы, а именно: объем «бесполезной» информации, которую они получают; достаточно ли им тех знаний, которые они имеют; считают ли они себя перегруженными информацией; идут ли они в ногу с веком информационных технологий; защита персональных данных онлайн; заменят ли интернет-магазины обычные и многие другие. Оценивание проектов согласно разработанным критериям происходило путем выбора лучших проектов и распределения призовых мест по номинациям.

Этап рефлексии проходил в каждой микрогруппе отдельно. Эффективным методом стал просмотр видеозаписи конкурса: возможность отсроченного сравнения представления проекта своей группы и лично себя с другими позволило более объективно и многомерно оценить проделанную работу. Учащиеся отметили большую обучающую ценность выполнения творческих проектов, поскольку презентация результатов исследования велась на английском языке, для чего студенты не только актуализировали приобретенные во время аудиторных занятий лексические и грамматические знания, но и самостоятельно приобрели новые; в ходе подготовки презентаций студенты эффективно вовлекали в образовательный процесс многообразные средства информатизации; студенты почувствовали особую привлекательность создания медиа проектов и получили от нее удовлетворение; в результате чего повысился рейтинг преподаваемой дисциплины.

В заключение необходимо заметить, что оправдались наши гипотетические предположения: создание иноязычных медиа проектов способствует формированию личности, адаптированной к жизни в информационном обществе, развитию у обучающихся мотивации к получению новых знаний и непрерывному самообразованию.

Список источников:

1. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. / А.В. Федоров. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.
2. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности// Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. – М., 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214708.pdf>. - Дата доступа 3.03.2015.