

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ УЧАЩИХСЯ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Н.Н. Кобылинская

*Государственное учреждение образования «Минский городской институт развития образования», переулок Броневой 15А, 220034, г. Минск, Беларусь,
kobylynskaya@minsk.edu.by*

В статье раскрыты теоретические аспекты формирования медиаграмотности учащихся, основанные на использовании новых информационных технологий в образовательном процессе. Истолкованы понятия «медиаграмотность», «медиакомпетентность». Приведены основные компоненты формирования медиаграмотности такие как, опыт контактов с медиаресурсами, создание собственных медиапродуктов, готовность к самообразованию посредством медиа. Описаны организационно-педагогические условия формирования медиаграмотности в учреждениях общего среднего образования, приведена их классификация. Рассмотрены примеры создания собственных медиапродуктов, способствующие формированию медиаграмотности обучающихся.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии; медиатеchnологии; медиаграмотность; медиакомпетентность.

INCREASING THE LEVEL OF MEDIA LITERACY OF STUDENTS THROUGH THE USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE EDUCATIONAL PROCESS

N.N. Kobylynskaya

*State educational Institution "Minsk City Institute of Education Development",
Bronevoy Lane 15A, Minsk 220034, Belarus, kobylynskaya@minsk.edu.by*

The article reveals the theoretical aspects of the formation of media literacy of students based on the use of new information technologies in the educational process. The concepts of "media literacy" and "media competence" are interpreted. The main components of media literacy formation are given, such as experience of contacts with media resources, creation of own media products, readiness for self-education through media. The organizational and pedagogical conditions for the formation of media literacy in institutions of general secondary education are described, their classification is given. Examples of creating own media products that contribute to the formation of students' media literacy are considered.

Keywords: information and communication technologies; media technologies; media literacy; media competence.

Введение

В данное время в системе образования Республики Беларусь происходит рост влияния медиатехнологий на учащегося. Формирование медиаграмотности у учащихся становится одним из приоритетных направлений в образовательном процессе. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года в использования коммуникационных технологий рассматривает развитие электронного образования, дистанционных интерактивных форм и методов обучения, включая выпуск электронных учебников и пособий [1].

Материалы и методы исследования. В статье применялись общенаучные методы эмпирического и теоретического познания, а также методы обобщения, аналогии и сравнения.

Результаты и их обсуждение

Во многих англоязычных странах термин «медиаобразование» заменяется аналогом – «медиаграмотность». Многие медиапедагоги практически ставят знак равенства между двумя этими терминами. Многие другие ученые считают, что медиаграмотность – это часть более широкого и емкого понятия – медиаобразования [2].

Наряду с «медиаграмотностью» часто используется термин «медийная компетентность». Если под компетентностью понимать наличие опыта и знаний, необходимых для успешной деятельности в конкретной сфере, то в таком случае это четко вписывается в те смыслы, которые принято вкладывать в понятие медиаграмотности. Поэтому логично медиакомпетентность и медиаграмотность использовать как синонимичные понятия.

Стрельников В. Н. дал следующее определение: «медиакомпетенция – способность использовать знания и умения в области медиа в учебной деятельности и в будущей профессиональной деятельности» [3].

Согласно Гендиной Н. И. медиакомпетенция – это владение новыми технологиями, понимание условий их применения, их достоинства и недостатки, способность критически относиться к распространяемой по каналам СМИ информации и рекламе [4].

И. В. Жилавская рассматривает медиаграмотность как инструмент построения коммуникационных отношений, а также как средство удовлетворения потребности быть медиаактивным человеком в постинформационном обществе [5].

А. В. Федоров, профессор, исследующий вопросы медиа, выделил медиаграмотность как совокупность мотивов, знаний, умений, компетен-

ций личности способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме [6].

Более широкое определение медиаграмотности дает Н. В. Чичерина, рассматривая ее как «способность адекватно взаимодействовать с потоками медиаинформации: осуществлять поиск, анализировать, критически оценивать и создавать медиатексты, распространяемые с помощью различных средств массовой информации и коммуникации, во всем разнообразии их форм» [7].

Исходя из приведенных ранее определений мы будем рассматривать медиаграмотность как совокупность навыков и умений, которые позволяют учащимся анализировать, оценивать и создавать медиатексты в разных видах и формах распространяющиеся с помощью информационно-коммуникационных технологий.

В настоящее время задачи медиаобразования состоят в совершенствовании следующих умений учащихся:

- поиск информации из традиционных источников (учебники, книги, журналы и т.д.), а также с помощью информационно-коммуникационных технологий;

- осознание и понимание полученной информации;

- анализ полученных данных;

- создание новых идей на основе изученного материала.

Поэтому при формировании медиаграмотности следует поощрять учащихся к исследованиям, созданию собственных медиаресурсов, участию в дискуссиях и осмыслению своей деятельности в медиaprостранстве.

М. В. Кузьмина [8] пишет, что развитие и формирование медиаграмотности основано на ряде компонентов. Первый компонент – опыт. Чем больше у обучающихся опыта контактов с медиаресурсами, тем больше у них возрастает потенциал для развития более высокого уровня медиаграмотности. Второй компонент – создание собственных медиапродуктов. Третий компонент – готовность к самообразованию посредством медиа.

Рассмотрим каждый из компонентов более детально:

1. Опыт контактов с медиаресурсами у учащихся можно сформировать путём активного использования электронных образовательных ресурсов во время учебных занятий и внеурочной деятельности. Например, использование педагогом собственных компьютерных презентаций, электронных учебников, интернет-технологий, создание посредством исполь-

зования медиатехнологий тестов, викторин, инфографики, дополненной реальности и других средств обучения.

2. Создание собственных медиапродуктов включает создание медиатекстов (статей, докладов, сообщений) и других медиаресурсов (таких как фильмы, видеоклипы, игры, сайты, блоги в сети Интернет) и предполагает использование исследовательских, поисковых методов, методов решения проблем, ориентированных на самостоятельную деятельность учащихся. Наибольшая эффективность при работе над каким-либо проектом достигается тогда, когда учащиеся самостоятельно находят решение проблемы. Решение этой проблемы должно предусматривать умение интегрировать информацию, рецензировать, умение отбирать и применять знания из различных областей науки и техники. Создание собственных медиапродуктов достигается как путём коллективного обсуждения, разделения учащихся на группы, так и при индивидуальной работе учащегося. Создание собственных медиапродуктов нуждается в сопровождении педагогом.

3. Готовность к самообразованию проявляется тогда, когда учащийся активно использует, применяет и объективно оценивает медиаресурсы, а также когда учащиеся готовы к самосовершенствованию используя найденные медиаресурсы. Изучая интернет-ресурсы, накапливая собственный материал, обучающиеся могут представить результаты своей работы в виде видеофильма, компьютерной презентации, доклада, сообщения, реферата или блога [9].

Управление формированием медиаграмотности учащихся при этом заключается в том, чтобы организовать соответствующий образовательный процесс максимально эффективно, создав необходимые для этого организационно-педагогические условия, при которых каждый учащийся имеет возможность максимально раскрыть свои способности и реализовать потребности, участвуя в сферах социально-значимой деятельности, приобретать и наращивать опыт социальной успешности благодаря использованию медиаресурсов.

Успешность формирования медиаграмотности обучающихся обеспечивается организационно-педагогическими условиями. Организационные условия представляют собой систему правил и норм, которые включают в себя содержательный компонент процессов или явлений, от которых зависят другие объекты, процессы или явления что влияет на результат процесса формирования медиаграмотности учащегося.

В результате изучения данной темы, следует обозначить следующую классификацию организационно-педагогических условий, которая обеспечивает процесс формирования медиаграмотности учащихся:

- диагностические (анализ нормативных документов, выявление дидактических особенностей учащихся общего среднего образования);
- структурирующие (создание доступной электронной информационной образовательной среды для учащихся);
- содержательные (моделирование и отбор содержания для обеспечения эффективности формирования медиаграмотности, сопровождение процесса обучения необходимым инструментарием, методическими материалами, раздаточным материалом, печатными учебно-методическими пособиями, с использованием облачных технологий);
- технологические (соответствие форм и методов, обеспечивающих процесс формирования медиаграмотности);
- оценочно-результативные (создание творческой атмосферы; апробация эмпирического материала для определения уровня сформированности медиаграмотности у обучающихся, повышение мотивации учащихся; всесторонняя поддержка учащихся в достижении положительного результата в процессе обучения; оптимизация существующих программ и разработка новых электронных ресурсов в соответствии с потребностями, интересами, индивидуальными возможностями учащихся)[10].

Сформированность у обучающихся определенного уровня медиаграмотности можно представить следующим образом: I ступень: умение пользоваться электронными и печатными словарями; II ступень: умение проверять информацию и понимание последствий от использования недостоверной информации; III ступень: стремление получать новую информацию; наличие ярко выраженного уровня творческого начала в различных видах деятельности [9].

Заключение

Таким образом, исходя из приведенных исследований, можно отметить, что формирование медиаграмотности учащихся, являющейся совокупностью навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать медиатексты в разных видах и формах распространяющиеся с помощью информационно-коммуникационных технологий, является одной из первоочередных задач системы общего среднего образования. Соблюдение перечисленных организационно-педагогических условий позволяет осуществлять процесс формирования медиаграмотности у учащихся более продуктивно. Успех процесса обучения, в таком случае, напрямую зависит от того, как описанные условия будут применяться в образовательном процессе. Использование медиаресурсов при этом является не только средством поддержания мотивации

учащихся, но и помогает им достичь более высоких результатов в процессе обучения.

Библиографические ссылки

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Республики Беларусь; редкол.: Я. М. Александрович [и др.]. Минск: Юнипак. 200 с.
2. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. 64 с.
3. Стрельников В.Н. Медиафакультет как форма внедрения компьютерных технологий в процессе подготовки библиотечно-информационных специалистов : дис. канд. пед. наук : 05.25.03 / Самара, 2002. 231 л.
4. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов / Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании ; науч. ред. Н.И. Гендина, С.Г. Корконосенко ; пер. Е. Малявская. Париж : ИИТО ЮНЕСКО, 2012. 160 с.
5. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежи/ М. : РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. 243 с.
6. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность : учеб. пособие для вузов / Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. 340 с.
7. Чичерина Н.В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности / Известия Российского гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. СПб. : 2007. № 9(47). 159 с.
8. Кузьмина М.В. Медиакультура современного подростка – основа самоопределения в глобальном информационном пространстве / Медиаобразование. 2011. №1. С. 61–68.
9. Андреев В.И. Педагогика : учеб. курс для творческого саморазвития / 3-е изд. – Казань : Центр инновационных технологий, 2012. 608 с.
10. Медиаобразование как средство активизации познавательного интереса и формирования информационной культуры учащихся: Материалы имейл-конференции, Гомель, 28.05.2018 – 01.06.2018 / Гомельский областной институт развития образования. Гомель : ГОИРО, 2018. 182 с.