

ОЦЕНИВАНИЕ МЕДИАГРАМОТНОСТИ И МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

А.А. Русаков¹, В.В. Казаченок², Н.Н. Кобылинская³

¹Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА – Российский технологический университет», пр-т Вернадского, 86с2, 119991, г. Москва, Россия, vmkafedra@yandex.ru

²Белорусский государственный университет, пр. Независимости 4, 220030, г. Минск, Беларусь, kazachenok@bsu.by

³Государственное учреждение образования «Минский городской институт развития образования», переулок Броневой 15А, 220034, г. Минск, Беларусь, kobylinkaya@minsk.edu.by

Определены понятия «медиаграмотность» и «медиакомпетентность», научно обоснованы и разработаны критерии и показатели для их оценивания. В связи с тем, что медиа и коммуникации находятся в процессе постоянной трансформации, выявлены направления и модели развития медиаобразования.

Ключевые слова: медиаграмотность; медиакомпетентность; медиаобразование; показатели медиаграмотности; показатели медиакомпетентности.

ASSESSING MEDIA LITERACY AND MEDIA COMPETENCE

3. Rusakov¹, V. Kazachenok², N. Kobylinkaya³

¹The Federal State Budget Educational Institution of Higher Education “MIREA – Russian Technological University”, Vernadsky Ave. 86c2, 119991, Moscow, Russia, vmkafedra@yandex.ru

²Belarusian State University, Nezalezhnosti Ave. 4, 220030, Minsk, Belarus, kazachenok@bsu.by

³Minsk City Institute of Education Development, Bronevoy Lane 15A, Minsk, 220034, Belarus, kobylinkaya@minsk.edu.by

The concepts of "media literacy" and "media competence" are determined, scientifically substantiated and criteria and indicators for their evaluation are developed. Due to the fact that the media and communications are in constant transformation, the directions and models for the development of media education are identified.

Keywords: media literacy; media competence; media education; media literacy indicators; indicators of media competence.

Введение

В настоящее время важную роль в жизни каждого учащегося играет медиапространство, которое формирует нормы и ценности, установки,

модели поведения, персональные коммуникации, и в целом картину мира. Поэтому в современном обществе на первый план выходит медиаграмотность, в связи с чем исследователи все чаще акцентируют внимание на необходимости развития медиаобразования на всех образовательных ступенях. Медиаграмотность и медиакомпетентность на сегодняшний день важны практически для всех направлений образования, более того, образование в этой сфере рассматривается как составная часть образования современного человека. При этом надо понимать, что не только создание, но и использование медиаинформации формирует самостоятельную деятельность учащегося.

Вначале определим понятия медиаграмотности и медиакомпетентности.

Медиаграмотность – совокупность навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах медиа, жанрах и формах.

Развитие компетентности в сфере передачи и получения различной информации включает в себя навыки защиты неприкосновенности личности, сетевого контроля, обеспечения анонимности, безопасности общения, работы и коммерческих сделок, предотвращения зависимости, разумного и безопасного использования медиа.

Концепции информационного общества, разработанные различными исследователями (К. Шеннон, Н. Винер, А. Тьюринг, М. Кастеллса, и др.), предполагают высокий уровень информационной культуры современного человека, в первую очередь, его медиакультуры, для того чтобы эффективно использовать преимущества медиа и одновременно противостоять негативным влияниям медиапространства [8; 10].

Мы согласны с О.П. Кутькиной, которая на основе анализа теоретико-методологических положений медиаобразования и компетентностного подхода к образованию сформулировала следующее определение медиакомпетентности:

«Медиакомпетентность – это сложное личностное образование, включающее в себя совокупность знаний о медиа, умений и навыков практического их применения, опыт использования медиа в различных сферах деятельности, включая опыт работы с компьютером как основным медиаинструментом, качества личности, характеризующие человека, такие как: познавательная активность, критическое мышление, творческое мышление, коммуникативность, рефлексия, а также положительная мотивация и ценностно-смысловые представления (отношения) о деятельности по использованию медиа» [11].

Оценивание медиакомпетентности и медиаграмотности

Вначале рассмотрим критерии для оценивания сформированности медиакомпетентности, вытекающие из ее определения:

- наличие положительной мотивации и ценностно-смысловых представлений (отношений) об использовании медиа и создании медиaproдукции;
- сформированность знаний и умений в области медиа, развитие качеств личности (познавательная активность, критическое мышление, творческое мышление, коммуникативность и рефлексия);
- наличие опыта использования медиа в различных видах деятельности.

Далее рассмотрим другие подходы к оцениванию медиакомпетентности.

В работах А.В. Федорова выделяются некоторые виды медиакомпетентности, ряд из которых предлагается снабдить оценочными показателями. Важнейшими из них являются:

- операционная медиакомпетентность (оценочный показатель: практические умения самостоятельного создания медиатекстов различных видов);
- информационная медиакомпетентность (оценочные показатели: 1) знание большинства базовых терминов, теорий, основных фактов развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры; 2) знание отдельных форм и жанров; 3) практические умения создания медиатекстов с помощью консультаций педагогов; 4) отсутствие практических умений создания медиатекстов или нежелание их создания);
- контактная медиакомпетентность (оценочные показатели: 1) ежедневные контакты с различными видами медиатекстов; 2) контакты с различными видами медиатекстов несколько раз в неделю; 3) контакты с различными видами медиатекстов не более чем несколько раз в месяц) [14].

В свою очередь, немецкий медиапсихолог П. Винтерхофф-Шпурк выделяет основные компоненты общей медиа (коммуникативной) компетентности:

- информационная компетентность в ее техническом аспекте (навыки программирования, знание специальных программ и т. д.);
- информационная Я-компетентность (способность активно и осмысленно использовать информационные технологии, способность к избирательному и рефлексивному восприятию средств массовой информации и т. п.);

- информационная социальная компетентность (способность к социально критической рефлексии информационных технологий, а также их применение как средства социального взаимодействия) [3].

С указанными компонентами перекликаются блоки обязательных умений, выделенные В. Вебером:

- отбор и использование того, что могут предложить медиа;
- разработка своего собственного медиапродукта;
- знание и аналитические способности, связанные с креативными возможностями и условиями для эффективного использования медиа, на которых основаны различные виды медиа [2].

Обобщая вышеприведенные подходы, предлагаем следующие компоненты медиакомпетентности:

- 1) техническая компетентность (критерий: осведомленность в области информационной безопасности в медиaprостранстве, навыки поиска информации в медиасреде);
- 2) потребительская компетентность (критерий: восприятие и интерпретация медиатекста);
- 3) коммуникативная компетентность (критерий: навыки коммуникации в медиaprостранстве).

В качестве показателей технической компетентности предлагается выделить:

- грамотное осуществление медианавигации, умение верно формулировать поисковые запросы;
- защита персональных данных;
- умение проверять электронные носители информации на вирусы и создавать резервные копии.

В качестве показателей потребительской компетентности выделяются:

- умение собирать информацию из разных источников, осознанное восприятие;
- знакомство с понятием «манипулирование с помощью информации»;
- знакомство с понятием «плагиат».

К показателям коммуникативной компетентности относятся:

- соблюдение этики общения, знакомство с понятием «компромат»;
- знакомство с понятием сетевая зависимость;
- знание того, что при использовании электронных средств коммуникации (сайтов, социальных сетей и пр.) осуществляется сбор персональных данных.

По степени выраженности показателей медиакомпетентности определяются три уровня их проявления: слабо выраженный характер, выраженный характер, ярко выраженный.

По мнению некоторых авторов, медиакомпетентность граждан зависит от трех важных институтов: высшее образование (в дисциплинах коммуникации и образования), обязательное образование и специалисты, работающие в сфере коммуникаций [5]. При этом важно проектировать свою профессиональную деятельность в области медиаобразования, создавая новую информацию и знания посредством доступных инструментов и форматов медиа, выбирать эффективные стратегии индивидуального обучения в медиaprостранстве.

Медиаобразование определяется как управляемый преподавателем процесс развития, образования и формирования личности на базе использования средств массовой коммуникации [1].

Его миссия заключается не только в ознакомлении учащихся с необходимой учебной информацией, но и в конструировании правильного понимания ими и эффективного использования в практической деятельности большого объема информационных материалов, создании и внедрении в образовательную практику нового медиаконтента, выявлении и предотвращении негативных последствий взаимодействия обучающихся с медиа, координировании их навигации в медиaprостранстве.

Что касается измерения медиаграмотности, то к основным ее показателям относятся:

- 1) умение эффективно искать и находить необходимую информацию;
- 2) умение обезопасить себя от вредоносного и избыточного контента;
- 3) умение верифицировать и критически оценивать информацию с использованием альтернативных источников информации;
- 4) способность адекватно воспринимать информацию и эффективно (грамотно) ее использовать;
- 5) умение эффективно и корректно распространять информацию с учетом требований законодательства (защита персональных данных, авторских прав, противодействие экстремизму и пр.) [4].

При этом показатели оценки медиаграмотности в ряде публикаций разделяются на следующие области (критерии):

- доступ: это относится к возможности использования медиа (проводятся различия между а) возможностью – физическим доступом к медиа, к контенту медиа и б) способностью – когнитивной и практической – использовать эти медиа должным образом);

- анализ и оценка: это относится к а) умению прочесть, понять и оценить содержание медиа и б) способности понимать и осознавать условия и возможности медиа как инструментов (область анализа и оценки относится к наиболее сложным способностям и навыкам, таким как критическое мышление и личная автономия);

- коммуникативная компетентность: навыки, которые позволяют людям создавать сообщения из разных кодов и производить, распространять их с помощью различных имеющихся медиа (творческие навыки, технические навыки, семиотические навыки и социальные навыки) [5].

В исследовательской индустрии в последнее время фиксируется повышение интереса к измерению цифровых навыков коммуникации (среди которых медиаграмотность представляет собой один из компонентов) и снижение внимания к медиаграмотности как к самостоятельному исследовательскому предмету [12; 15].

Отдельные авторы развивают концепцию новой медиаграмотности («new media literacy»), акцентируя внимание на компетенциях пользователей социальных медиа, выделяя в качестве главного концептуального отличия от медиаграмотности («media literacy») изучение не только навыков потребления, но и производства контента [6; 7].

Также в последние годы акцент в исследованиях информационных навыков сместился на изучение компетенции для цифровой экономики, на способность использовать цифровые компетенции для профессиональной деятельности.

Если же говорить о конкретных методиках измерения медиаграмотности, то среди них эксперты выделяют три основных группы:

- использующие как объективные показатели, так и субъективные оценки респондентов, например «индекс сетевой готовности» и «индекс развития информационных и коммуникационных технологий»;

- подразумевающие замену объективных показателей одним или несколькими субъективными вопросами – например, индекс COQS, созданный в рамках проекта Statistical Indicators benchmarking the Information Society (SIBIS);

- оценивающие умения и навыки пользователей по субъективным оценкам – более индивидуальный подход, однако большинство разработанных в нем индексов ограничены конкретной сферой – безопасностью детей в Интернете, навыками поиска и коммуникации, компьютерной безопасности, например индекс компьютерной безопасности компании Майкрософт (Microsoft Computing Safety Index) [13].

При этом результаты ряда исследований показывают, что доли респондентов, чей индивидуальный уровень медиаграмотности можно характеризовать как средний, являются преобладающими [7].

Заключение

Развитие информационной культуры и модернизация образования в наши дни рассматриваются как необходимые условия развития медиакомпетентности, обеспечения эффективности межкультурного общения и принятия мультикультурного характера современной жизни.

Обобщая результаты исследования, касающиеся критериев оценивания медиаобразования, можно обнаружить, что в педагогической литературе при изучении медиакомпетентности выделяются следующие ее составляющие: а) опыт использования медиа; б) активное применение умений в сфере медиа; в) готовность к самообразованию в условиях социального взаимодействия [1; 9].

Вместе с тем как отечественные, так и зарубежные исследователи указывают на противоречивость такого показателя медиакомпетентности как частота обращения к массмедиа и медиатекстам.

На сегодняшний день формирование медиакомпетентности выходит далеко за рамки умений пользоваться техническими средствами, на смену знаниям о применении медиасредств приходят знания о том, как ориентироваться в медиaprостранстве, а это подразумевает наличие умений анализировать проблемы, возникающие при использовании быстро меняющихся и чрезвычайно гибких медиатехнологий.

В настоящее время медиа и коммуникации находятся в процессе постоянной трансформации, из чего следует, что подходы к медиаобразованию также должны будут меняться, и меняться постоянно.

В частности, ряд авторов выступают с предложением объединить технологическую и нейробиологическую революции, что предполагает изменения в работе человеческого ума, особенно в отношении преобладания значимости эмоций и подсознательных процессов над мотивированными и сознательными процессами [5].

Библиографические ссылки

1. Бороненко Т.А., Кайсина А.В., Федотова В.С. Оценка медиакультуры учителя как компонента его квалификационного портрета // Образование и наука. 2018. № 20(4). С. 34–63. DOI: 10.17853/1994-5639-2018-4-34-63.
2. Вебер В. Портфолио медиаграмотности // Информатика и образование. 2002. № 1. С. 41–45.

3. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология: основные принципы // Харьков: Гуманитарный центр, 2007. 288 с.
4. Войнилов Ю.Л., Мальцева Д.В., Шубина Л.В. Медиаграмотность в России: картография проблемных зон // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2016. № 1(2). С. 95–114.
5. Жижина М.В. Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования: о критериях оценки медиакомпетентности // Медиаобразование. 2016. 3 4. С. 47–65.
6. Задорин И.В., Мальцева Д.В., Шубина Л.В. Уровень медиаграмотности населения в регионах России: сравнительный анализ // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2017. № 2(4). С. 132-141.
7. Задорин И.В., Сапонова А.В. Сравнительный анализ индексов медиаграмотности в странах Центральной Азии // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. № 5(3). С. 63–89.
8. Казаченок В.В. Тенденции и модели развития образования XXI века // Матэматыка: праблемы выкладання. 2018. № 5. С. 3–8.
9. Казаченок В.В., Кобылинская Н.Н. Особенности современного медиаобразования // Электронный науч.-методич. Журнал «Педагогика информатики». 2021. № 2. URL: [Http://pcs.bsu.by/2021_2/1ru.pdf](http://pcs.bsu.by/2021_2/1ru.pdf).
10. Kazachonak V., Rusakov A. Media literacy and media education // Proceedings of the 1st International Conference on Technology Enhanced Learning in Higher Education (TELE), 24-25 June 2021. Lipetsk: IEEE, 2021. P. 40–42. DOI: 10.1109/TELE52840.2021.9482592.
11. Кутькина О.П. Педагогические условия формирования медиакомпетентности будущих библиотечно-информационных специалистов // Автореф. Дис. Канд. Пед. Наук. Барнаул, 2006. 28 с.
12. Современные технологии университетского образования. Как развивать медиаграмотность студента и преподавателя: стратегии и техники. Сборник статей. Выпуск 10. Под общей редакцией В.В. Самохвала. Минск : БГУ, 2017. 199 с.
13. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Психологические модели цифровой компетентности российских подростков и родителей // Национальный психологический журнал. 2014. № 2. С. 27–33.
14. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза // Москва : МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
15. Yakymchuk N.V., Kazachenok V.V. Developing Cognitive Independence of Future Informatics Teachers by Multimedia Tools // European Journal of Contemporary Education. 2018. № 7(3). P. 581-597. DOI: 10.13187/ejced.2018.3.581.