

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ

O. D. Burak

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
burakoksana122@gmail.com*

На сегодняшний день система высшего профессионального образования в Республике Беларусь сфокусирована на поиске новых форм обучения, которые позволили бы достигнуть высокого уровня медиакомпетентности будущих журналистов. В данной статье представлены результаты исследования уровня медиакомпетентности студентов факультета журналистики БГУ по практико-операционному (деятельностному) показателю. Полученные данные были использованы для разработки рекомендаций педагогам в процессе развития медиакомпетентности студентов на учебных занятиях.

Ключевые слова: медиакомпетентность; медиаобразование; показатели медиакомпетентности; деятельностный показатель; медиакомпетентность журналиста.

АНАЛІЗ ДЗЕЙНАСНАГА ПАКАЗЧЫКА МЕДЫЯКАМПЕТЭНТНАСЦІ СТУДЭНТАЎ ФАКУЛЬТЭТА ЖУРНАЛІСТЫКІ

A. D. Burak

*Беларускі дзяржавны ўніверсітэт,
бул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
burakoksana122@gmail.com*

На сённяшні дзень сістэма вышэйшай прафесійнай адукацыі ў Рэспубліцы Беларусь сфокусіравана нашуку новых форм навучання, якія далі б магчымасць дасягнуць высокага ўзроўню медыякампетэнтнасці будучых журналістаў. У дадзеным артыкуле прадстаўлены вынікі даследавання ўзроўню медыякампетэнтнасці студэнтаў факультэта журналістыкі БДУ па

практика-аперацыйным (дзейнасным) паказчыку. Атрыманыя даныя былі выкарыстыданы для распрацоўкі рэкамендацый педагогам у працэсе развіцця медыякампетэнтнасці студэнтаў на вучэбных занятках.

Ключавыя слова: медыякампетэнтнасць; медыядукацыя; паказчыкі медыякампетэнтнасці; дзейнасны паказчык; медыякампетэнтнасць журналиста.

Требования к профессиональной компетентности журналиста продолжают меняться в соответствии с процессами, происходящими в медиасреде. Среди них наиболее значимыми являются технологические инновации, увеличение роли социальных медиа как источника новостей и информации, рост влияния фейковых новостей и необходимость борьбы с ними. Сегодня особое внимание уделяется вопросам цифровой безопасности и защиты личной информации.

В связи с этим современному журналисту необходимо иметь не только навыки сбора и распространения информации, но и уметь работать с разнообразными медийными форматами, критически мыслить, проверять факты и соблюдать этические стандарты в своей работе. В общем, журналист должен обладать всеми требующимися на данном этапе медиакомпетенциями.

Российские исследователи А. В. Фёдоров и И. В. Челышева отмечают, что медиакомпетентность является результатом процесса медиаобразования и определяют ее как «совокупность мотивов, знаний, умений, способностей личности, способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме» [1, с. 6].

А. В. Фёдоров выделил следующие показатели медиакомпетентности: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационно-оценочный, практико-операционный (деятельностный).

В апреле 2024 г. нами было проведено онлайн-анкетирование с целью определения и оценки уровня медиакомпетентности студентов факультета журналистики БГУ. Эмпирическую базу исследования составили студенты всех специальностей с 1 по 4 курс в количестве 85 человек (1 курс – 22 человека, 2 и 3 курс – по 20 человек, 4 курс – 23 человека).

Студентам было предложено 6 блоков вопросов анкеты закрытого типа (где после конкретного вопроса следовали несколько вариантов

ответов, из которых нужно было выбрать один или более). Это было связано с тем, что в силу своей структурированности анкеты закрытого типа требуют значительно меньшего времени на заполнение, чем аналоги открытого типа, и легче поддаются итоговой обработке.

В данной работе подробнее остановимся на результатах исследования по оцениванию практико-операционного показателя медиакомпетентности, который подразумевает выбор, создание и распространение собственных медиатекстов с помощью информационно-коммуникационных технологий. Данный показатель развития медиакомпетентности личности имеет три уровня: высокий, средний и низкий.

Высокий уровень практико-операционного (деятельностного) показателя медиакомпетентности включает в себя умение выбирать/создавать/распространять медиатексты разнообразного жанрового и тематического спектра самостоятельно.

Если работа с медиатекстом происходит не самостоятельно, а с помощью специалиста, то речь идет о среднем уровне практико-операционного (деятельностного) показателя.

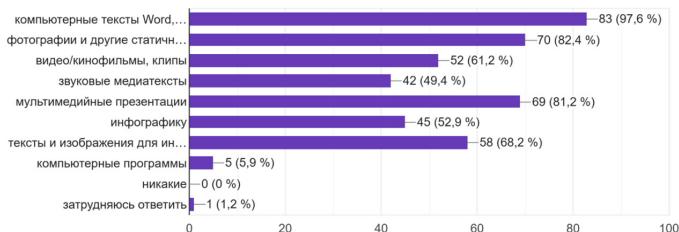
Низкий уровень практико-операционного (деятельностного) показателя подразумевает слабо выраженные или полностью отсутствующие умения самостоятельной работы с медиатекстом.

В одном из блоков вопросов анкеты аудитории нужно было отметить, какие медиатексты они умеют создавать самостоятельно (компьютерные тексты Word, pdf и др., фотографии и другие статичные изображения, видео/кинофильмы, клипы, звуковые медиатексты, мультимедийные презентации, инфографику и др.), а также указать свойственные им виды медийной деятельности (создание и последующее активное использование интернет-страниц, блогов; создание и последующее активное использование/пополнение мультимедийных портфолио, презентаций; создание и последующее активное использование/пополнение фото/видео/кинотекстов и др.).

Так как практико-операционный показатель медиакомпетентности также включает умение активно использовать различные информационно-коммуникационные технологии, в анкете студентам необходимо было выбрать, какие онлайн-ресурсы используются ими в процессе создания различных медиатекстов (например, для создания инфографики, или для проверки достоверности информации).

Проанализировав ответы студентов на вопросы анкеты, можно прийти к следующим выводам. Вполне ожидаемо, что студенты факультета журналистики умеют самостоятельно создавать практически все воз-

можные медиатексты с помощью необходимой медийной аппаратуры. Так, компьютерные тексты (Word, pdf и др.) создают 98% респондентов (без заметной гендерной разницы). Процессом создания мультимедийных презентаций, фотографий, портфолио владеют 82% студентов. Около половины респондентов умеют создавать звуковые медиатексты. 5 студентов отметили, что умеют создавать компьютерные программы (представители всех курсов). Примечательно, что никто из опрошенных студентов не ответил, что не умеет создавать никакие медиатексты (рис.).



Медиатексты, которые студенты умеют создавать сами

Касательно медийной деятельности, наиболее распространенной среди студентов является создание и последующее активное использование интернет-страниц, блогов (62%), создание и последующее активное использование/пополнение мультимедийных портфолио, презентаций (55%), создание и последующее активное использование/пополнение фото/видео/кинотекстов (53%). В этом вопросе ввиду поливариантности выбора ответа сумма превышает 100%. 32% участников анкетирования активно участвуют в Интернет-группах и блогах по интересам. 4 респондента отметили, что им не свойственна никакая из предложенных медиадеятельностей (студенты 1, 3, 4 курсов). 7 студентов затруднились с ответом. Одной из причин может быть нежелание отвечать на вопрос.

Чуть больше половины респондентов (54%) смогли верно определить онлайн-ресурс, который используется для проверки достоверности информации. 32% испытали трудность при ответе на этот вопрос. Независимо от гендерной разницы, с заданием плохо справились студенты всех курсов. более того, результаты студентов 1 курса лучше, чем 4. Можно сделать вывод, что умение использовать различные онлайн-ресурсы не зависит от года обучения, а от каждого отдельного студента.

Наиболее сложным для студентов оказалось отметить онлайн-ресурс для создания инфографики из перечисленного списка. С ним справилось только 18% (15 человек), среди которых практически равное количество студентов всех курсов. Около половины (48%) затруднились ответить на вопрос. Любопытно, что в одном из предыдущих заданий 45 респондентов ответили, что умеют создавать инфографику, а на самом деле определить онлайн-ресурс для ее создания смогли только 15. Возможно, для создания инфографики студенты используют другой онлайн-ресурс и не знакомы с указанным в анкете.

Таким образом, анализируя полученные данные в результате проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что студенты факультета журналистики БГУ владеют высоким уровнем практико-операционного (деятельностного) показателя медиакомпетентности, так как умеют выбирать/создавать/распространять медиатексты разнообразного жанрового и тематического спектра. Тем не менее можно отметить недостаточно разнообразное использование студентами необходимых сегодня для создания медиатекстов онлайн-ресурсов.

Принимая во внимание все вышеизложенное, действительно результативным может быть:

- создание специализированных учебных дисциплин, где студенты смогут создавать, распространять медиатексты разнообразного жанрового и тематического спектра, разрабатывать сайты, вести собственные блоги;
- проведение практических занятий с использованием современных медиатехнологий и инструментов; это могут быть создание видео, аудиоматериалов, работа с графическими программами, преобразование текстовой информации в графическую и наоборот с использованием онлайн-ресурсов;
- организация медиа-проектов, в рамках которых студенты могут решать реальные задачи, связанные с медийной деятельностью, напр., разработка контент-плана для социальных сетей;
- организация групповых проектов, в рамках которых студенты совместно работают над созданием медийного продукта (журнала, видеоролика, сайта и т. д.).

Библиографические ссылки

1. Федоров А. В., Челышева И. В. Медиаобразование в России: краткая история развития / Таганрог: Познание. 2002. С. 266.