

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»
Институт педагогики, психологии и социальных технологий
Кафедра педагогики и педагогической психологии

С.Л. ТРОЯНСКАЯ

ОСНОВЫ МЕДИАПЕДАГОГИКИ

Учебно-методическое пособие



Ижевск
2023

УДК 378.147.34(075.8)

ББК 74.480.271.2я73

Т769

Рекомендовано к изданию учебно-методическим советом УдГУ

Рецензенты: канд. пед. наук, доцент М.Н. Сираева,

канд. пед. наук, доцент Т.А. Наумова

Троянская С.Л.

Т769 Основы медиапедагогика : учеб.-метод. пособие. – Ижевск : Удмуртский университет, 2023. – 131 с.

Предлагаемое учебно-методическое пособие представляет собой кратко и четко изложенный теоретический материал и задания для практических занятий и самостоятельной работы студентов, реализуемые в рамках курса «Основы медиаобразования в педагогической сфере» в высших учебных заведениях. Представленные в пособии рекомендации направлены на развитие личностных качеств, цифровой, педагогической, коммуникативной и общей культуры обучающихся в контексте компетентностного подхода в образовании.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов бакалавриата второго и третьего курсов по направлениям подготовки: психолого-педагогическое образование, педагогическое образование, педагогическое образование с двумя профилями подготовки. Может быть использовано студентами магистратуры психолого-педагогической направленности, изучающими курсы «Современные проблемы науки и образования», «Инновационные процессы в образовании», а также будет полезно преподавателям высшей школы.

УДК 378.147.34(075.8)

ББК 74.480.271.2я73

© С.Л. Троянская, 2023

© ФГБОУ ВО «Удмуртский

государственный университет», 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. Теоретические основы медиапедагогики и медиаобразования.....	8
1.1. Актуальность	8
1.2. Методологические основы медиаобразования и медиапедагогики	15
1.3. Основные категории	20
1.4. Задания для самостоятельной работы.....	37
Глава 2. Основы реализации медиаобразования в педагогической сфере.....	40
2.1. Цель и задачи медиаобразования	40
2.2. Методы и приемы, средства и формы реализации медиаобразования	43
2.3. Медиапедагогический процесс и медиакомпетентность	48
2.4. Задания для самостоятельной работы и подготовки к семинарам	51
Глава 3. Проблемы медиабезопасности обучающихся.....	56
3.1. Введение в проблематику медиабезопасности. Основные правовые документы по информационной безопасности.....	56
3.2. Положительные и отрицательные эффекты интернета	66
3.3. Задания для самостоятельной работы и подготовки к семинарам	73

Глава 4. Развитие медиакомпетентности личности как педагогическая проблема	76
4.1. Понятие о стиле медиапотребления и его определение	76
4.2. Задания студентам для самостоятельной работы:	94
4.3. Воспитательный потенциал художественных и мультипликационных фильмов как средств медиаобразования. Герменевтический анализ медиатекста. Медийный образ учителя.	95
4.4. Итоговые тесты по курсу.....	102
Список литературы	107
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	111

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Современному обществу нужны образованные люди, обладающие высоким уровнем педагогической, информационной и общей культуры, умеющие самостоятельно принимать ответственные решения в ситуациях выбора, способные к сотрудничеству, презентации и реализации своих умений. В настоящее время изменения в системе образования происходят в контексте мегатенденций, к числу которых относят цифровизацию, адаптацию образовательного процесса к потребностям личности обучаемого, становление специалиста, обладающего необходимыми профессиональными и общекультурными компетенциями.

В настоящее время дисциплина «Основы медиаобразования в педагогической сфере» входит в ООП бакалавриата направления: психолого-педагогическое образование 44.03.02. Курс адресован бакалаврам по профилю подготовки психология и социальная педагогика и составляет 72 часа, из них лекций – 6 ч., практических – 24 ч., самостоятельная работа – 42 ч. Пособие является информационным и учебным обеспечением курса и имеет теоретическую и практическую часть в виде заданий для подготовки к семинарам и самостоятельной работы студентов. Пособие можно использовать также в учебном процессе магистратуры психолого-педагогических направлений подготовки.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- пути и направления развития медиаобразования;
- теоретические основы формирования медиакомпетентности обучающихся,
- требования медиабезопасности.

Уметь:

- адекватно понимать ценностно-смысловую нагрузку медиапродуктов, критично оценивать воспринимаемые потоки информации;

- применять ИКТ для решения педагогических задач, использовать медиауроки в деятельности.

Владеть опытом:

- анализа и проектирования учебно-воспитательных ситуаций, способствующих формированию медиакомпетентности и информационной безопасности,

- применения критического мышления и анализа медиапродуктов, использования воспитательного потенциала художественных и мультипликационных фильмов как средств медиаобразования.

В пособии выделены следующие разделы: теоретические основы медиаобразования и медиапедагогики: актуальность, методологические подходы, основные категории; основы реализации медиаобразования в педагогической сфере: цель, задачи и содержание медиаобразования, методы и приемы, средства и формы реализации медиаобразования, медиапедагогический процесс и медиакомпетентность; проблемы медиабезопасности обучающихся, понятие о стиле медиапотребления и его определение, изучается воспитательный потенциал художественных и мультипликационных фильмов как средств медиаобразования: применяется герменевтический анализ медиатекста, рассматривается развитие медиакомпетентности личности как педагогическая проблема.

Пособие предполагает использование технологий обучения, ориентированных на обогащение психолого-педагогическими знаниями, приобщение к информационной культуре, формирование умений решения актуальных педаго-

гических задач и ситуаций, на развитие творческого и критического мышления цифровой личности. Основанием выступает гуманистическая парадигма и компетентностный подход в образовании, при этом учебное пособие знакомит студентов с различными методологическими, теоретическими и практическими подходами к решению проблем медиаобразования. Сегодня становится очевидным, что медиаобразование решает массу педагогических целей и задач обучения и воспитания, обладает экзистенциально-личностным смыслом, помогает человеку в исканиях собственной сути, обнаружению потенциальных способностей и стремлений, способствует формированию аналитического отношения к той или иной идейно-нравственной позиции, обеспечивает осознанную и обоснованную выработку убеждений.

Глава 1. Теоретические основы медиапедагогики и медиаобразования

1.1 Актуальность

Мир вступил в период постпарадигмальности, когда коммуникативное пространство все более хаотизируется и предполагает владение определенными умениями и навыками для ориентации в нем. Идея медиаобразования, рожденная в предыдущую индустриальную эпоху, не учитывает в полной мере современных реалий. Педагоги догоняют, констатируют, а не создают опережающую картину мира. Чтобы стать конкурентоспособным, медиаобразование должно материализоваться в собственных педагогических продуктах, иначе оно будет локализовано в клубе педагогов-энтузиастов и реализовано в просветительских форматах. Осознание наступления эпохи постпарадигмальности, VANI-мира: хрупкого, тревожного, нелинейного, непостижимого должно принципиально изменить вектор активности представителей научно-педагогического сообщества. Преимущественно историческая, описательная ретро-методология образовательного процесса должна быть заменена на проектную и опережающую, обмен опытом необходимо заменить экспериментом, констатацию – прогнозом, воспроизводство и репродукцию – инноватикой. По сути, педагогическая деятельность сегодня более не привязана к традиции, так же как денежная масса к золотому запасу. Анализ существующего положения в области образования, а также поиск новых парадигм становится все более актуальной проблемой в VANI-мире. Меняющаяся техногенная цивилизация бросает вызовы педагогической науке и практике.



Конец XX и особенно начал XXI века характеризуется формированием под воздействием информационных технологий принципиально новой социокультурной среды, получившей название информационного общества. Согласно определению Д. Белла (автора теории «постиндустриального общества»), информационное общество характеризует специфику постиндустриальной стадии развития человечества, при которой основой определения социальной структуры становится информация и, в особенности, доступ к ней. Однако к началу XXI в. выяснилось, что совершенствование информационных технологий, обеспечивающих наступление «лучшего будущего» сопровождается целым рядом негативных эффектов, таких как формирование у современного человека, погруженного в информационно-перенасыщенную среду, фрагментарного «клипового» сознания, делающего его неспособным к целостному и системному осмыслению действительности, легкости информационного манипулирования человеком.

Стирание пространственно-временных границ, существование в цифровой среде стало характерной чертой фор-

мирования мировоззрения и социализации молодого поколения. Поколения, чья активная социализация проходит в условиях цифровой, виртуальной реальности, характеризуются разными авторами (Д. Пэлфри, К. Гассер) как «поколение сети», «цифровое» поколение и даже «цифровые» аборигены (рожденные в 90-х г. и далее). Они не воспринимают свою идентичность в реальном и цифровом пространстве как нечто обособленное и считают, что их идентичность представлена сразу в нескольких пространствах.

Социальная идентификация, таким образом, носит двойственный характер, реализуясь через такие механизмы развития личности как обособление и идентификация:

1. Интернет изменяет соотношение приватной и публичной сфер жизни человека, находясь дома, через компьютер человек общается со всем миром – наблюдается возрастающая степень индивидуализации, концентрации на собственном стиле жизни (обособление);

2. Общаясь в виртуальной реальности, молодежь получила возможность формировать в частной сфере свой индивидуальный стиль, который во многом определен вкусами и стилями извне – интернет превращает жизнь в постоянное массовое сотрудничество, обмен точками зрения, ориентацией на транслируемые образцы подражания (идентификация).

Родители были, как правило, пассивными получателями информации, а молодые люди являются активными создателями медийного контента и испытывают страсть к взаимодействию. Важная роль в процессе формирования идентичности представителей цифрового поколения принадлежит социальным сетям: лишь 4 % молодежи 16-24 лет не зарегистрированы в сети, данные по незарегистрированным в сети взрослым: возраст 45-54 г. – 51,6 %; 55-64 г. – 65,8 %; старше 65 лет – 88 %

(цифры 2019 г.). Формирование собственной идентичности осуществляется подростками посредством размещения информации о себе в открытом доступе в сетях, причем в последние годы размещается, как правило, реальная информация. По мнению западных исследователей, один из парадоксов эпохи Интернета заключается в том, что при наличии неограниченных возможностей для создания многочисленных вариантов своего «я», молодые люди гораздо сильнее привязаны к своей идентичности в реальном мире, и личный профиль в сетях практически идентичен описанию личности. Комментарии сетевых друзей создают канал для обратной связи, развивается взаимодействие. И хотя многие из этих связей не будут развиваться в реальной жизни, этот процесс играет важную роль в обучении подростков правилам социальной жизни и осознанию таких понятий как статус, уважение и доверие.

Юные участники социальных сетей учатся поддерживать дружеские отношения, экспериментируют с социальными статусами и ролями, получают опыт социального взаимодействия, что позволяет им успешнее адаптироваться в реальной социальной среде, т. е. проходят первичную социализацию зачастую более активно, нежели под воздействием института семьи. Однако существует и много опасностей, связанных с сетями. Осложняют ситуацию то, что старшие поколения зачастую не в состоянии помочь молодым в расстановке правильных приоритетов и поиске грамотного поведения в цифровой среде по причине отсутствия навыков работы в этой среде у большинства родителей. Имеющаяся тенденция подмены социализирующего воздействия семьи сетевым и цифровым воздействием может привести к негативным последствиям и нуждается в активизации поиска возможных путей решения.

Медиа как средства коммуникации с каждым годом играют все большую роль в жизни людей и в образовательном процессе. Отсюда понятна важность интенсивного развития медиаобразования, которое Российская педагогическая энциклопедия трактует как направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками и студентами закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т. д.). И тогда основной задачей медиаобразования становится подготовка нового поколения к жизни в современных информационных условиях, овладение необходимыми цифровыми компетенциями. **Медиаобразование** (media education, ЮНЕСКО) связано со всеми видами медиа: печатными и графическими, звуковыми и экранными, а также с информационно-коммуникационными технологиями. Медиаобразование помогает людям осознать, как средства массовой коммуникации используется в социуме, как овладеть способностями безопасно применять медиа в коммуникации с другими людьми и миром, а именно: 1) анализировать, критически осмысливать, понимать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекста, их политические, коммерческие и культурные цели; 3) интерпретировать медиатексты; 4) безопасно существовать в сети интернет; 5) отбирать соответствующие медиа для образовательных и воспитательных целей.

Таким образом, использование медиаобразования (МО) в социально-педагогической деятельности логично обосновано. Почему?

1. Необходимость и актуальность формирования медиакомпетентности у студентов и социальных педагогов.

2. Цели МО и социально-педагогической подготовки совпадают во многом, например: в обеспечении медиабезопасности школьников.

3. Теоретически обоснована и оправдана синергия МО в преподавание социально-педагогических дисциплин.

Сегодня становится очевидным, что, кроме педагогических целей и задач, медиаобразование обладает и экзистенциально-личностным смыслом, помогает человеку в исканиях собственной сути, обнаружению потенциальных способностей и стремлений, способствует формированию аналитического отношения к той или иной идейно-нравственной позиции, обеспечивает осознанную и обоснованную выработку убеждений. **Медиа обладают поистине удивительными развивающими возможностями. Все дело лишь в методах их использования в процессе образования и воспитания учащихся.** Трудно также не согласиться с мнением О. А. Баранова о том, что «медиакультура обладает ярко выраженным эмоциональным, психофизиологическим характером воздействия. Она создает и предлагает своеобразные модели эмоционально-чувственного отношения к окружающему, обогащая духовный опыт и способность к переживанию, становится все более значительным компонентом нравственной жизни человека» [3, с. 9]. Все возрастающую популярность медиакультуры определяет целый ряд факторов: опора на зрелищно-развлекательные жанры (как правило, базирующиеся на мифологии), серийность, сенсационность, гипнотизм, угадывание желаний публики, интуиция и др.

Известно, что подрастающее поколение все чаще отдает предпочтение медиатекстам развлекательного характера. Это связано с изменением ценностных ориентаций молодежи, для которой наиболее значимыми становятся ценности потребления как товарного, так и духовного. Поэтому в современных условиях назрела настоятельная необходимость не только в выявлении характера позитивных и негативных последствий

влияния средств массовой коммуникации на воспитание и социальное формирование подрастающего поколения, но также и **выявление наиболее перспективных медиапедагогических стратегий**, позволяющих развивать медиакомпетентность, критическое мышление, познавательные интересы, способствовать медиаторчеству и раскрытию творческого потенциала подрастающего поколения. **Медиаобразование в современных условиях представляет собой не только педагогическое направление и реализацию определенных педагогических технологий, направленных на образование, воспитание и развитие личности, но и способствует решению важных задач социализации, самостоятельного мышления, развитию творческого потенциала, профессионального самоопределения.**

Итак, проблемы медиабезопасности и развития медиакомпетентности современных школьников и студентов становятся очень актуальными в современных условиях постоянно увеличивающегося потока медиаинформации, представляют собой важные векторы освоения информационного пространства. Решению данных проблем может способствовать стратегия внедрения медиаобразования в систему подготовки будущих педагогов, включающая знания основ медиабезопасности, развитие критического мышления, полноценного восприятия произведений медиакультуры, умений творческого самовыражения в сфере медиа. Сам А.В. Шариков в качестве «первооткрывателя» темы медиаобразования в СССР называл В. Стельмаха, одного из советских экспертов ЮНЕСКО в 70-х годах [27].

Что же реально делается в области медиаобразования в России: организована Ассоциация медиапедагогов РФ, ведется подготовка студентов – будущих медиапедагогов в МПГУ, ЧелГУ, организуются регулярные научно-практические конфе-

ренции по данной тематике, открываются медиашколы, проводятся повсеместно конкурсы медиапроектов.

Необходимо добавить, что поскольку медиа используется многими науками и виртуальный мир захватил большинство населения, медиапедагогика – это междисциплинарная область изучения и обобщения моделей культурного поведения и социального опыта.

1.2 Методологические основы медиаобразования и медиапедагогики

Развитие медиаобразования, отношения к медиареальности основаны на нескольких теоретических подходах к проблеме взаимодействия человека и мира медиакультуры. Рассмотрим подробнее основные положения данных теоретических подходов на примере развития отечественной системы медиаобразования.

1. Одной из важных основ изучения медиакультуры советского периода неизменно выступала **идеологическая** («марксистская») теория (К. Маркс, В.И. Ленин и др.) Осмысление медиа в данном теоретическом ключе осуществлялось в контексте соответствия (или несоответствия) интересам правящей идеологии. Анализ любого медиапроизведения «по-марксистски» понимался как критика «политически чуждых» произведений, несмотря на их художественные и эстетические достоинства.

2. Положения **эстетической теории** оказали самое существенное влияние на взаимоотношение общества и медиакультуры. Разработчики: Л. М. Баженова, Е. А. Бондаренко, И. С. Левшина, В. А. Монастырский, С. Н. Пензин, Ю. М. Рабинович, Ю. Н. Усов, А. В. Федоров, А. Ходкинсон, Ф. К. Стюарт и другие. Приоритетным положением данной теории выступает изучение художественной составляющей

медиа и медиапроизведений, а основная цель заключается в осмыслении художественной компоненты медиа, процесса эстетического восприятия. Данная теория получила широкое распространение во второй половине XX в., о чем свидетельствуют ее составляющие во многих концепциях российских медиапедагогов (в основном на материале кинематографа). Именно в данный период развитие художественного восприятия и умений анализировать медиатексты получило наибольшее распространение в отечественном медиаобразовании.

3. Культурологическая теория (Г. А. Поличко, А. В. Спичкин, Н. А. Леготина, А. В. Шариков, А. В. Федоров, Л. Мастерман, К. Бээлгэт, Д. Букингем, А. Силверблэт, Э. Харт), основные положения которой тесно связаны с эстетической теорией, также оказала значительное влияние на становление методики отечественного медиаобразования.

4. Этическая теория, основной целью которой является формирование определенных этических принципов аудитории посредством медиа, приобщение аудитории к определенной этической модели поведения. Нравственно-эстетический подход к осмыслению медиареальности становится особенно важным в современных условиях, когда очевидна необходимость «совершенствования мира с учетом гуманистических идеалов, непреходящих человеческих ценностей и норм нравственного поведения».

5. Теория развития критического мышления имеет целью научить школьников и студентов ориентироваться в информационном потоке, а также нейтрализовать возможность манипуляции сознанием аудитории со стороны медиаисточников. Нужно отметить, что положения данной теории имеют все больше сторонников и в нашей стране, и за рубежом. Например, в российской медиапедагогике идея развития критического мышления включена в концептуальную основу

моделей Е. Л. Варгановой и Я. Н. Засурского, Л. С. Зазнобиной, Н. А. Леготиной, Ю. Н. Усова, А. В. Спичкина, А. В. Федорова. А. В. Шарикова; в зарубежном медиаобразовании – Л. Мастермана, А. Силверблэта, К. Бэээлгэт, Д. Букингема, Э. Харта.

6. Довольно широкое применение в отечественном медиаобразовании нашли методические подходы, основанные на позициях **«практической» теории**. Ее сторонники (Н. Ф. Хилько, Дж. Поттер, К. Бэээлгэт, Д. Букингом, А. Силверблэт, Э. Харт) выступают за изучение школьниками и студентами технического устройства и использования медиааппаратуры, занятие медиаторством.

7. Последние десятилетия все более важное значение в отечественном медиаобразовании занимает **семиотическая теория** медиаобразования (Л. С. Зазнобина, А. В. Спичкин, Н. А. Леготина, А. В. Шариков, А. В. Федоров, Л. Мастерман, К. Бэээлгэт, Д. Букингом, А. Силверблэт, Э. Харт). Цель данной теории – научить аудиторию полноценно «читать» медиатекст, представляющий собой многозначный знаковый комплекс (отсюда и название теории). Учащиеся в процессе медиаобразования должны овладеть умениями расшифровывать (декодировать) текст, причем не только традиционные произведения медиакультуры (фильмы, статьи, телепередачи), но и практически любые тиражированные объекты. Основные положения данной теории наиболее часто синтезируются в практике медиаобразования с положениями **о развитии критического мышления**.

8. Теория медиаобразования как **источника «удовлетворения потребностей»** несколько ограничивает влияние медиа на зрителей и слушателей и, как следствие, не придает большого значения умению самостоятельно оценивать медиатексты, которые аудитория, по мнению сторонников данной

теории, может вполне самостоятельно выбрать и оценить. Главной целью рассматриваемого теоретического подхода выступает оказание помощи в извлечении из медиа максимума полезной информации в соответствии со своими потребностями. Такая прагматическая позиция по отношению к произведениям медиакультуры оправдывается возможностью приобрести с помощью средств массовой коммуникации какие-либо нужные навыки, что само по себе весьма важно. Однако медиаискусство, наряду с утилитарной, или развлекательной, функцией, несет и большую смысловую, ценностную, нравственную нагрузку, требующую всестороннего осознания. Теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории также имеет место в отечественном медиаобразовании, хотя и не в чистом виде. В основном анализ и оценка медиатекстов и их элементов с целью извлечения из медиа максимума пользы проявляется в контексте синтеза данной теории и теории «развития критического мышления».

9. Социокультурная теория основана на культурологической и социологической теориях медиа. Сторонниками данного теоретического подхода резонно отмечается, что функционирование массмедиа немислимо без социокультурного контекста, общественного мнения, отношения, понимания медиа в социуме. Именно поэтому многие исследователи в области медиаобразования (Е. А. Бондаренко, И. С. Левшина, В. А. Монастырский, С. Н. Пензин, Ю. М. Рабинович, Ю. Н. Усов, А. В. Федоров, А. В. Шариков, Ф. К. Стюарт и Дж. Натэл) в качестве обязательных компонентов медиаобразовательных моделей выдвигают необходимость осмысления социальной роли медиа, знания языка медиа, расширение возможностей изучения медиакультуры в различных сферах социума. Данные положения значительно актуализируются в условиях интенсификации

фикации информационного потока и усиления социокультурного смысла медиаинформации.

Как показывает проведенный анализ основных теоретических подходов в контексте исторического развития отечественного медиаобразования, в нашей стране нашли свое отражение практически все теоретические концептуальные подходы [17].

Неслучайно вышеперечисленные теории почти не встречаются в практике современного медиаобразования в чистом виде. Зачастую они взаимодействуют между собой или используются в совокупности, составляя теоретическую основу для той или иной модели медиаобразования. Разработанные в России и за рубежом модели медиаобразования, опираясь на методологические подходы, можно обобщить в следующем виде:

- *образовательно-информационные модели* (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т. д.), опирающиеся в основном на культурологическую, эстетическую, семиотическую, социокультурную теории медиаобразования;

- *воспитательно-этические модели* (рассмотрение моральных, религиозных, философских проблем на материале медиа), опирающиеся в основном на этическую, религиозную, идеологическую, экологическую, протекционистскую и др. теории медиаобразования;

- *практико-утилитарные модели* (практическое изучение и применение медиатехники), опирающиеся в основном на теорию «потребления и удовлетворения» и практическую теорию медиаобразования;

- *эстетические модели* (ориентированные прежде всего на развитие художественного вкуса и анализ лучших произведений медиакультуры), опирающиеся в основном на эстетическую/художественную и культурологическую теории медиаобразования;

• *социокультурные модели* (социокультурное развитие творческой личности в плане восприятия, воображения, зрительной памяти, интерпретации, анализа, самостоятельного, критического мышления по отношению к медиатекстам любых видов и жанров и т. д.), опирающиеся в основном на социокультурную, культурологическую, семиотическую, этическую теории медиаобразования и теорию развития критического мышления.

1.3 Основные категории

И. А. Фатеева предложила словом «**медиаобразование**» называть научно-образовательную область, предметом которой являются средства массовой информации и коммуникации в педагогическом аспекте их многообразных связей с миром, обществом и человеком» [19, с. 11]. В теоретическом отношении эта область лежит на пересечении педагогики и комплексной науки о медиа, а в практическом подразумевает совместную деятельность обучающихся и обучаемых по подготовке населения к жизни в медиатизированном мире. А.А.Журин считает, что медиаобразование – это:

1) педагогическая наука, изучающая влияние средств массовой информации на детей и подростков и разрабатывающая теоретические вопросы подготовки учащихся к встрече с миром СМИ;

2) практическая совместная деятельность учителя и учащихся по подготовке детей и подростков к использованию средств массовой информации и к пониманию роли медиа в культуре и восприятии мира;

3) образовательная область, содержанием которой являются знания о роли средств массовой информации в культуре и восприятии мира и умения эффективной работы с медийной информацией [9, с. 22].



ЮНЕСКО

Медиаобразование (media education)

- Связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т. д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах; как овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми;
- Обеспечивает человеку знание того, как:
 1. Анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты;
 2. определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и культурные интересы;
 3. интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
 4. отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории, так и для продукции.
 5. Получить возможность свободного доступа к медиа как для восприятия, так и для продукции.
- Является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии.

В документах Совета Европы **медиаобразование** (media education) определяется «как обучение, которое стремится развивать медиакомпетентность, понимаемую как критическое и вдумчивое отношение к медиа с целью воспитания ответственных граждан, способных высказать собственные суждения на основе полученной информации». Это дает им возможность использовать необходимую информацию, анализировать ее,

идентифицировать экономические, политические, социальные и культурные интересы, которые с ней связаны. Медиаобразование обучает индивидов интерпретировать и создавать сообщения, выбирать наиболее подходящие для коммуникации медиа. **Медиаобразование** – это процесс развития личности через приобщение к медиакультуре с целью формирования коммуникативных и творческих способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, оценки и интерпретации медиатекстов (определение ЮНЕСКО).

Медиаобразование позволяет людям осуществлять их право на свободу самовыражения и информацию, что не только способствует личному развитию, но также увеличивает социальное участие и интерактивность. Необходимо развивать медиаобразование и как часть концепции непрерывного образования в течение всей жизни человека.

Один из самых авторитетных медиапедагогов и теоретиков медиа Л. Мастерман обосновал причины приоритетности и актуальности медиаобразования в современном мире:

1. Высокий уровень потребления медиа и насыщенности современных обществ средствами массовой информации.
2. Идеологическая важность медиа и их влияния на сознание аудитории.
3. Быстрый рост количества медийной информации, усиление механизмов управления ею и ее распространения.
4. Интенсивность проникновения медиа в основные социальные процессы.
5. Повышение значимости визуальной коммуникации и информации во всех областях жизни.
6. Необходимость обучения студентов с ориентацией на соответствие будущим требованиям [12].

Изучение теоретических источников и практического опыта деятелей отечественного медиаобразования показало, что в настоящее время в российской науке менее всего разработана ветвь, посвященная развитию медиакомпетентности студентов. Только в XXI в. обозначился сдвиг научных интересов исследователей к направлению проблем медиакультуры, медиаобразования студентов, в том числе будущих учителей (А. В. Федоров, 2003, 2004, 2005; Н. В. Змановская, 2004; Н. А. Коновалова, 2004; Н. А. Леготина, 2004; О. П. Кутькина, 2006). Применительно к развитию медиаобразования в высшей школе особую значимость и перспективность имеет утверждение и регистрация новой специализации «Медиаобразование» учебно-методическим управлением по специальностям педагогического образования Министерства образования Российской Федерации в 2002 г.

Медиаобразование необходимо встраивать в учебные программы и учебные планы средних школ, средних специальных учебных заведений и вузов. «Школе нужны квалифицированные медиапедагоги... тогда можно будет реально увидеть плоды вузов, которые должны готовить медиапедагогов, и плоды школ, которые смогут реализовать идеи медиаобразования, сформировать у подростков, входящих в этот непростой и информационно перенасыщенный мир, информационную и медиакультуру» [5]. К такому же выводу приводят и результаты социологического исследования, проведенного ЮНЕСКО в 2001 г.: «Самая настоятельная необходимость, выявленная нами – организация медиаобразования учителей как на уровне вузовского обучения будущих педагогов, так и на уровне повышения квалификации преподавателей» (Buckingham, Domaille, 2003).

Термин «медиакультура» («медийная культура») в применении оценки знаний и умений человека кажется нам наименее удачным из-за слишком широкой терминологической трактовки. С. И. Ожегов определяет *культуру* 1) как совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей; 2) то же, что и *культурность*, то есть находящееся на высоком уровне культуры, соответствующее ему; 3) разведение, выращивание какого-нибудь растения или животного; 4) высокий уровень чего-нибудь, высокое развитие умения. Исходя из этого, *медиакультура* (*media culture*) – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их функционирования в социуме. Медиакультура может выступать показателем развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатексты, заниматься медиаторством, усваивать новые знания в области медиа. Например, по определению Н.А.Коноваловой *медиакультура личности* – диалоговый способ взаимодействия с информационным обществом, включающий ценностный, технологический и личностно-творческий компоненты и приводящий к развитию субъектов взаимодействия [10]. Такой же системой уровней развития личности может выступать и *информационная культура*, которая рассматривается как «составная часть общечеловеческой культуры, представляющая собой совокупность устойчивых навыков и постоянного эффективного применения информационных технологий. Н.И.Гендина считает, что «*информационная культура личности* – одна из составляющих общей культуры человека; совокупность информационного мировоззрения и системы знаний, умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению

индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных технологий. Эта составляющая является важнейшим фактором успешной профессиональной и непрофессиональной деятельности, а также социальной защищенности личности в информационном обществе» [4].

Согласно Ю. С. Инякину и В. А. Горскому, модель процесса формирования информационной культуры личности включает в себя компоненты культуры личности (знания, ценностно-целевую ориентацию, опыт информационно-познавательной, творческой деятельности, коммуникации) по отношению к компонентам информационных технологий (базы данных, интернет, телевидение, прикладные программы, электронная почта и т. д.) [8]. По нашему мнению, понятие **информационная культура шире**, чем **медиакультура**, так как первое относится к сложным взаимоотношениям личности с любой информацией, включая медийную, а второе – только к сфере контактов человека со средствами массовой коммуникации.

Если обратиться к **сути феномена информации**, то в современной философии утвердился взгляд на информацию как на один из трех – наряду с веществом и энергией – компонентов бытия [9]. Если в кибернетике информация представлена объектно как «банк данных», то антропологическое истолкование позволяет представить информацию как поток сведений, подвергаемых интерпретации со стороны живых (биологических) и культуральных (человеческих, социальных) систем соответственно степени развития их способности осуществлять эту интерпретацию. Набор вариантов интерпретации информации ничем не ограничен за исключением одного – уровня развития культуры, которая задает человеку, включенному в нее,

масштаб его универсальности, но и степень избирательности через проявление «субъектности».

Сложился спектр слабо соотносимых трактовок **понятия «информация»**:

1. Информация – неотъемлемый атрибут материи, информация – отраженное многообразие.

2. Информация – это субъективное понятие синонимичное понятию «знание», «значение», «смысл». Информация – это то, что передается в естественных и искусственных системах и является формой и средством передачи информации, т. е. является средством передачи знания, значения, а не смысла.

3. Информация – это определённый вид энергии, поэтому не следует полагаться на стихийные процессы, допуская преобладание и скопление в локальном культурном пространстве негативной, искажённой информации.

В настоящее время никто специально не обучает молодого человека «противостоять» беспорядочно нарастающим информационным потокам, то есть критически относиться к несущим взаимоисключающие смыслы и ценности текстам, фактам, сообщениям. Без направляющего и контролирующего воздействия со стороны национальных образовательных и правовых институтов, развитие культуры производства и потребления информации может протекать по непредсказуемым сценариям. Не исключены сценарии, когда развитие информационной культуры не только отдельных личностей, но и этнических групп может пойти по тупиковому или деструктивному пути. В рамках образовательных учреждений необходимо осуществлять систематический мониторинг и целенаправленное развитие культуры производства и потребления информации. Посредством внедрения специальных образовательных программ можно достичь гармоничного баланса между нарастающей технологической мощью массмедиа

и коллективными ценностями, определяющими жизнедеятельность локальных культурных сообществ.

В современных образовательных учреждениях в настоящее время активно внедряются идеи медиаобразования как направления, предполагающего обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации. Однако часто больше внимания уделяется внедрению новых технологий получения информации.

Трудно игнорировать тот факт, что цели медиаобразования и информатизации образования во многом перекликаются (а в некоторых трактовках даже совпадают, однако и разницу заметить нетрудно: информатизация образования подразумевает в первую очередь технологический аспект модернизации образования, тогда как в медиаобразовании преобладает содержательный. Один из краеугольных камней медиаобразования – формирование адекватных ценностных ориентаций населения; оно является действенным инструментом как обучения, так и воспитания молодежи, выработки ее мировоззренческих и поведенческих установок. Средства информатики и информатизированных систем тоже можно (и необходимо) заставить служить воспитательным целям, однако сам процесс информатизации не решает ценностных задач, оставаясь технологическим средством совершенствования передачи актуальной учебной информации [19].

Проблемы развития медиакультуры и медиаобразования в системе вузовского образования изучались такими учеными как А.В. Федоров, Е.А. Медведева, Л.А. Нагорная, Л.К. Шиян, В.А. Минкина. Всеми исследователями признается огромный потенциал воздействия медиакультуры на развитие личности. Сегодня в этом педагогическом ответвлении выделяют такие направления: медиаобразование будущих профессионалов – журналистов, кинематографистов, редакторов – профессио-

нальное образование; непрофессиональное образование в системе профессионального – подготовка будущих педагогов в университетах; в системе повышения квалификации; как составная часть общего образования школьников и студентов; в учреждениях дополнительного образования, досуговых центрах; дистанционное; самостоятельное, в системе непрерывного образования.

Итак, медиаобразование можно разделить на следующие основные направления:

1) медиаобразование будущих профессионалов в мире прессы, радио, телевидения, кино, видео и Интернета: журналистов, редакторов, режиссеров, продюсеров, актеров, операторов и др.;

2) медиаобразование будущих педагогов в университетах и педагогических институтах, в процессе повышения квалификации преподавателей вузов и школ на курсах по медиакультуре;

3) медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах, которое, в свою очередь, может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым);

4) медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной работы, эстетического и художественного воспитания, в клубах по месту жительства);

5) дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью прессы телевидения, радио, видео, DVD Интернет (здесь огромную роль играет медиакритика);

6) самостоятельное/непрерывное медиаобразование (которое теоретически может осуществляться в течение всей жизни человека).

В некоторых странах вместо понятия «медиаобразование» широкое распространение получил термин «медиаграмотность»

Медиаграмотность (англ. medialiteracy) - это умение использовать, оценивать, критически анализировать, создавать и передавать сообщения (медiateксты) в различных формах с помощью медиасредств с целью формирования критического мышления человека.

Медиаграмотность, по мнению известного специалиста в области медиаобразования профессора А.В. Федорова, - это умение анализировать и синтезировать пространственно-временную реальность, умение «читать» медиатекст, являющееся результатом медиаобразования



Медиаинформационная грамотность и медиаобразование имеют основополагающее значение для благополучия и развития личности, сообществ, экономики и гражданского общества

Под медиаобразованием А.В.Федоров понимает процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники [20; 21].

Формирование медиа- и информационной грамотности является одним из приоритетов Стратегического плана Программы ЮНЕСКО «Информация для всех». Медиадидактика – способ реализации этого плана. Так как медиа- и информационная грамотность, являющиеся условиями построения общества будущего, предполагает оперирование всеми типами ресурсов: устными, письменными и мультимедийными, можно спрогнозировать, что роль частных интерактивных методик медиаобразования в высшей школе в ближайшее время возрастет. Это потребует творческих, образовательных усилий медиапедагогов.

Медиа (media, mass media) – средства (массовой) коммуникации – технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (автором медиатекста) и объектом (массовой аудиторией).

Условная схема медиаобразования, его субъекты, объекты, средства и процессы, виды и учреждения, где оно может и должно реализовываться представлена на рис. 1.



Рис.1. Схема медиаобразования, его субъекты, объекты, средства и процессы.

В.А. Минкина предлагает использовать интегративный путь для развития медиакультуры, включая медиаобразовательные задачи в изучение разных дисциплин, обучая студентов приемам познавательной деятельности, ориентированной на осознанный поиск нового знания. Л.К. Шиян, Е.А. Медве-

дева предлагают использовать специальные разработанные для этой цели курсы. Курс, разработанный А.В. Федоровым рассматривает проблему медиаобразования на основе экран-ных искусств [25].



В научных кругах сформировалось три подхода к результатам медиаобразования:

1. Школа А. В. Федорова базируется на понятиях медиакомпетентности как новой парадигмы результата образования и проблеме подготовки будущих медиапедагогов [22–24].

2. Н. И. Гендиной разработана концепция информационной культуры личности, осуществляется анализ международных стандартов информационной грамотности [4].

3. И. В. Жилавская рассматривает медиаобразовательные технологии как инструменты сферы массмедиа в журналистской модели медиаобразования, основанной на медиаактивности редакций СМИ [11].

В настоящий момент *российская система образования не имеет четких позиций в достижении результата медиаобразования*, учитывающих рекомендации вышеприведен-

ных профессионалов. Журналисты и культурологи, занимающиеся медиакультурой, критично относятся к разработанным медиапедагогами учебным программам, критикуя недостаточное знание педагогами медиаландшафта. В то же время медиапедагоги подвергают критике дидактическую недостаточность разработанных журналистами программ для школьников. Несмотря на пристальное внимание ученых к проблеме внедрения медиаобразования в школы и вузы, стандарты третьего поколения ФГОС ВО лишь частично ориентируют на достижение медиаобразовательных результатов [11]. Не вызывает сомнения, что средства медиа, обладая широким спектром возможностей для развития интеллектуальной и эмоциональной сфер личности, используемые с педагогической целью, способствуют становлению оценочного, критического, творческого мышления, позволяют активизировать жизненную позицию обучаемых. Взаимосвязь понятий медиакультура и медиаобразование, способствующее формированию медиакультуры, схематично представлена на рис. 2.



Рис. 2. Схема взаимосвязи медиаобразования и медиакультуры

В широком смысле медиакультура представляет собой обширный пласт общей культуры, связанный со средствами массовой коммуникации. Медиакультура включает в себя социально-культурные явления, связанные с медиа (телевидение, пресса, радио, кинематограф, Интернет). С другой стороны, ее рассматривают как взаимодействие человека с миром медиа, включая восприятие и творческое самовыражение через коммуникационные средства. По отношению к аудитории «медиакультура», по словам А. В. Федорова, может выступать «системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст (сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа), заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа» [22]. Личность развивается в деятельности, и чем богаче и содержательнее будет эта деятельность, тем больше возможностей создается для становления социально ценных отношений школьников к явлениям окружающей действительности, для развития их самосознания, самовоспитания духовных потребностей. В этих условиях чрезвычайно важным становится определение путей целенаправленного формирования образовательной среды, позволяющее в полной мере использовать современные педагогические технологии и способствующее реализации максимальной самостоятельности ребенка в различных видах деятельности, связанных с произведениями медиакультуры.

Придерживаясь определения, данного А.В. Федоровым в работе «Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям» под **медиакомпетентностью мы понимаем умение использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функци-**

онирования медиа в социуме [20]. Выделяются показатели медиакомпетентности.

А. В. Федоров предлагает такую **классификацию показателей медиакомпетентности личности:**

- Мотивационный – мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические;
- Контактный – частота общения (контакта) с медиа и произведениями медиакультуры;
- Информационный – знание терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации;
- Перцептивный – способности к восприятию медиатекстов;
- Интерпретационный (оценочный) – умения критически анализировать медиатексты разных видов и жанров на основе определенных уровней развития медиавосприятия и критического мышления.

Исходя из резолюции Европейского парламента **медиакомпетентность понимается как способность использовать медиа в личных целях и без посторонней помощи, понимать и критически оценивать содержание и различные аспекты медиа, передавать, создавать и распространять медиатексты.** [29; 32]. С опорой на концептуальный подход Д. Бааке и модель развития медиакомпетентности К. П. Тройманна, У. Зандера, Д. Майстера, дефиницию понятия медиакомпетентность можно **сформулировать как результат личностно-субъектных обретений студента в процессе формального и неформального обучения, характеризующий индивидуальную готовность личности к обращению с медиа [28].**

Формирование медиакомпетентности – это комплексный процесс, опирающийся на **три ключевых направления**

образовательной деятельности, ориентированные на конкретный результат обучения:

1) **знание основ медийной культуры**, т. е. знание и понимание социокультурных, политических и экономических смыслов и подтекстов медиатекстов; знание истории медиа;

2) **знания и умения в области медийной критики: развитие критического мышления аудитории**, а также коммуникативных способностей личности в широком смысле этого слова; умения и навыки «декодирования» медиатекстов разных жанров, оценка и анализ медиатекстов; умения идентифицировать и интерпретировать медиатексты;

3) **участие в сфере медийного творчества**: умение самостоятельно создавать медиатексты и самовыражаться с помощью современных инфокоммуникационных технологий.

Исходя из направлений образовательной медиадеятельности, можно предложить такую **модель медиакомпетентности**, представленную в табл. 1.

Таблица 1

Модель медиакомпетентности

МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ		
Медийная культура – расширение культурного/аудивизуального опыта посредством знакомства с широким диапазоном медиа и жанров медиатекстов	Медийная критика – развитие критических навыков анализа и оценки медиатекстов	Медийное творчество – развитие творческих навыков и умений использования медиа для самовыражения и коммуникации, а также для участия в обсуждении общественно-важных проблем

Медиакомпетентный человек должен уметь: 1) эффективно использовать технологии для доступа к получению информации, для хранения, восстановления/извлечения и обмена медиаконтентом, чтобы удовлетворить индивидуальные или общественные потребности и интересы; получить доступ к данным, сделать оптимальный выбор из большого числа видов медиа, 2) отбирать необходимое содержание из различных источников, относящихся к разным культурам и институтам; 3) понимать, каким образом и с какой целью создается медиатекст; 4) критически анализировать приемы, язык и условные коды, используемые в медиа, а также передаваемые ими сообщения; 5) творчески использовать медиа для выражения и сообщения собственных идей, сведений и мнений; 6) распознавать и избегать/критически оценивать информацию или услуги медиа, которые могут носить агрессивный или опасный характер; 7) эффективно использовать медиа как инструмент для осуществления своих демократических прав и гражданских обязанностей.

По социологическому опросу экспертов в области российского медиаобразования, таких как Е. А. Бондаренко, А. П. Короченский, С. Н. Пензин было определено, что **наибольшее значение имеет развитие у обучающихся способности к критическому мышлению** [18]. При развитии медиакомпетентности студентов целесообразно использовать аксиологический подход, благодаря которому достигается ценностное самоопределение личности студента, представляющее собой процесс обретения личностью смысла, целей и ресурсов собственной жизни в пространстве и времени образования. Технологичностью медиаобразования как процесса, ориентированного на результат, следует считать эффективную подготовку к деятельности, заключающейся в способностях само-

определяться в информационном пространстве, критериально действовать (медиакритика), овладевать безопасными в информационном пространстве способами деятельности. Таким образом, педагогические технологии, направленные на самоопределение, структурирование и критическое осмысление содержания, овладения безопасными и эффективными способами деятельности едины для формирования практически любых компетенций и являются универсальными.

1.4 Задания для самостоятельной работы

1. Определить основные категории медиапедагогики, представить их в виде таблицы.
2. Показать на примерах актуальность медиаобразования для всех. Обосновать необходимость медиаобразования для педагогов.
3. Ознакомиться с материалами сайта «Медиаобразование: школа в школе» – Ссылка: <http://schoolkidmedia.tilda.ws/>

4. Ответить на вопросы теста:

1. К основным умениям медиаграмотности относят:
 - а) анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах, жанрах и формах медиа,
 - б) работа в сети интернет и воспроизведение информации,
 - в) манипулирование сообщениями в разных видах медиа, жанрах и формах.
2. Информационная культура личности:
 - а) составная часть общечеловеческой культуры, представляющая собой совокупность устойчивых навыков и эффективного применения информационных технологий,
 - б) обеспечивает целенаправленную деятельность по удовлетворению индивидуальных информационно-коммуникационных потребностей,

- в) относится к сфере контактов человека со средствами массовой коммуникации.
3. К показателям медиакомпетентности личности относят:
- а) информационный, мотивационный, перцептивный, креативный,
 - б) мотивационный, коммуникативный, информационный, целевой,
 - в) практико-операционный, креативный, адаптивный.
4. Медиаобразование – это развитие личности через приобщение к ...
- а. интернет пространству,
 - б. общекультурным ценностям,
 - с. медиакультуре.
5. Основная проблема медиаобразования это проблема взаимодействия ...
- а. человека с медиа,
 - б. детей с интернетом,
 - с. полезной и вредной информации.
6. Медиа – это средства информации и обмена ее между автором и аудиторией с целями
- а. продажи, манипулирования, привлечения,
 - б. создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения,
 - с. приумножения, присвоения, тиражирования.
7. Имеет ли в настоящий момент Российская система образования четкую позицию в достижении результата медиаобразования?
- а. Имеет четкую позицию и весомые достижения,
 - б. Не имеет четкой позиции,
 - с. Имеется только ориентиры и промежуточные результаты.
8. Медиакультура – это совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа. Это определение:
- а. А. В. Спичкина,

в. А. В. Шарикова,
с. А. В. Федорова.

9. Медиаобразование помогает человеку в исканиях собственной сути, обнаружению потенциальных способностей и стремлений, способствует формированию аналитического отношения к той или иной идейно-нравственной позиции и поэтому:

- а. способствует осознанной и обоснованной выработке убеждений,
- б. вырабатывает привычку осознанного чтения информации,
- с. обеспечивает определение жизненных целей.

10. В отечественной системе медиаобразования выделяют следующие теории:

- а. Культурная, идеологическая, эстетическая, семиотическая, практическая,
- б. Культурологическая, развития критического мышления, этическая,
- с. Все ответы верны.



Глава 2. Основы реализации медиаобразования в педагогической сфере

2.1 Цель и задачи медиаобразования

Стратегия модернизации отечественного образования направлена на развитие ключевых компетенций в интеллектуальной, общественно-политической, коммуникационной, информационных сферах. Компетентностный подход, акцентирующий внимание на результативности образования, заключается «не в определенной сумме приобретенных студентом знаний или количестве усвоенной информации, а в способности действовать в различных проблемных ситуациях, осуществляя поиск, отбор и анализ информации» [26]. В настоящее время для успешного осуществления профессиональной деятельности педагогу необходимы не только знания по теории и методике преподавания учебных предметов, педагогике и психологии, но и умения работать с медиаинформацией.

Целью медиаобразования является формирование **медиакомпетентности будущего педагога**. Ему необходимо владеть умениями осмысления, критического анализа, выявления эстетического и художественного значения медиатекстов (текстов, созданных средствами и на материале различных медиа), определения их потенциальных возможностей для образования, развития и воспитания подрастающего поколения. Данной проблеме посвящены работы многих отечественных исследователей (Е. Л. Вартановой, Я. Н. Засурского, Ю. Н. Усова, А. В. Федорова, И. В. Чельшевой и других). **Медиакомпетентный педагог должен** быть способен критически и осознанно оценивать медиатексты, поддерживать критическую дистанцию по отношению к популярной культуре и сопротивляться манипуляциям.

Если цель медиаобразования – формирование медиакомпетентности, то его **задачами** являются приобщение к медийной культуре, развитие медийной критики (собственных способностей), участие в медийном творчестве и широкое использование медиа для решения проблем воспитания и обучения. Конкретизируем **задачи медиапедагога, это:**

- 1) развитие способностей к восприятию, пониманию и оценке медиатекстов у обучающихся;
- 2) развитие способностей к критическому мышлению;
- 3) обучение пониманию социальных, культурных, политических смыслов и подтекстов медиа;
- 4) обучение декодированию медиатекстов;
- 5) развитие коммуникативных способностей;
- 6) обучение творческому самовыражению с помощью медиа;
- 7) развитие способностей к эстетическому восприятию и оценке эстетических качеств медиатекстов;
- 8) обучение умению идентифицировать, интерпретировать медиатексты, создавать медиапродукты;
- 9) обучение теории медиа и медиакультуры.

В содержание медиаобразования входит подготовка будущих педагогов к медиаобразовательной деятельности. Она включает в себя не только знакомство с произведениями медиакультуры, но и обсуждение эстетических, нравственных, философских проблем медиапроизведений, ознакомление с безопасностью в сети интернет, социальных сетях, формирование критического отношения к транслируемой информации. Педагогу сегодня просто необходимо включать информационно-коммуникационные технологии в содержание педагогической деятельности: воспитание, обучение и развитие детей и взрослых. Основные положения развития медиакомпетентности легли в основу образовательно-информационных моделей медиаобразования, которые включают в себя изучение теории и истории медиа, воспитательно-эстетических мо-

делей, рассматривающих моральные и философские проблемы медиатекста, моделей развивающего обучения, предполагающих развитие творчества, критического мышления, воображения, интерпретации. Наиболее перспективными для современного отечественного медиаобразования, на наш взгляд, являются модели А. В. Спичкина, Ю. Н. Усова, А. В. Федорова, А. В. Шарикова.

Аспектный анализ медиареальности в контексте нравственно-эстетического теоретического подхода осуществляется с учетом тесной взаимосвязи художественной и этической составляющей медиапроизведений. Например, методические подходы к нравственному и эстетическому осмыслению медиареальности средствами киноискусства, по мнению А.В.Федорова, призваны способствовать решению комплекса задач по воспитанию и формированию эмоциональной отзывчивости; нравственно-эстетического восприятия, нравственно-эстетических принципов, ценностных нравственно-эстетических ориентаций, включенности в нравственно-эстетический процесс. Действительно, анализ любого медиапроизведения не ограничивается только изучением художественного своеобразия и выразительных средств, использованных в том или ином медиатексте, но и затрагивает нравственные и этические аспекты. Поэтому этические и эстетические проблемы медиакультуры в отечественном медиаобразовании чаще всего рассматриваются в тесной, неразрывной взаимосвязи.

Будущий педагог должен быть медиакомпетентным, т. е. владеть умениями осмысления, критического анализа, выявления эстетического и художественного значения медиатекстов (текстов, созданных средствами и на материале различных медиа), определения их потенциальных возможностей для обра-

зования, развития и воспитания подрастающего поколения. Данной проблеме посвящены работы многих отечественных исследователей (Е. Л. Вартановой, Я. Н. Засурского, Ю. Н. Усова, А. В. Федорова, И. В. Чельшевой и других). **Медиакомпетентный педагог должен** быть способен критически и осознанно оценивать медиатексты, поддерживать критическую дистанцию по отношению к популярной культуре и сопротивляться манипуляциям. Неслучайно подготовка будущих педагогов к медиаобразовательной деятельности включает в себя только знакомство с произведениями медиакультуры, но и обсуждение эстетических, нравственных, философских проблем медиапроизведений, выполнение групповых и индивидуальных игровых, творческих заданий, диспуты и обсуждения, анкетирование, письменные работы: рецензирование, отзывы, сочинения на тему просмотренных фильмов, анализ фильмов, видео, информационных сообщений и статей.

2.2 Методы и приемы, средства и формы реализации медиаобразования

Традиционно к **методам медиаобразования** относят:

- словесные – рассказ, лекция, беседа, диалог, обсуждение, анализ, дискуссия;
- наглядные – просмотр аудиовизуального материала;
- практические – упражнения, ролевая игра, устный журнал, задания как репродуктивного, так и исследовательского характера, а также эвристические, игровые методы, «мозговой штурм», написание эссе, разработка презентаций и медиауроков.

Осуществляется через выполнение индивидуальных или групповых творческих или игровых заданий, диспуты, анкетирование, сочинения, рецензирование, отзывы на просмотренные фильмы, телепрограммы, статьи, разработку ме-

диауроков, герменевтический анализ кинофильмов и мультфильмов (по А. В. Федорову). Герменевтический анализ рассмотрен в главе 4 данного пособия.

Приемы учебной деятельности (классификация И.В. Чельшевой):

- 1) дескриптивный – пересказ содержания медиапроизведений,
- 2) классификационный – определение места медиатекста в историческом и социокультурном контексте,
- 3) аналитический – анализ структуры медиатекста, его языка, авторской позиции,
- 4) личностный – описание отношений, переживаний, чувств, воспоминаний, ассоциаций, вызванных медиатекстом,
- 5) объяснительно-оценочный как формирование суждений о медиатексте, его достоинствах и недостатках в соответствии с эстетическими и моральными критериями.

Одним из ключевых моментов **развития медиакомпетенции** является **умение анализировать и интерпретировать медиатексты** различных видов и жанров: просмотры и коллективные обсуждения экранных медиатекстов (фильмов, телепередач, сайтов). Эта деятельность способствует созданию творческой атмосферы на занятиях, развитию критического мышления и умению оценить медиаинформацию, активизируют познавательный потенциал. **Проблемный анализ медиатекстов** включает в себя: «просеивание» информации (аргументированное выделение истинного и ложного в материалах прессы, телевидения и радио; очищение информации от «фрумян» и «ярлыков» путем сопоставления с действительными фактами); снятие с информации ореола «типичности», «простонародности», «авторитетности»; критический анализ целей, интересов «агентства», т. е. источника информации. Декодирование, анализ и интерпретация медиатекста в целом и его отдельных составляющих во многом способствует критическому

осмыслению произведений медиакультуры, изучению приемов возможной манипуляции и искажения информации.

Оценка медиапроизведений основывается на комплексе взаимосвязанных **показателей**: эмоциональная включенность аудитории; эмоциональная активность суждений о медиапроизведении; оценочное чувство; умение анализировать медиатекст; образное мышление; общекультурную компетентность.

Необходимость подготовки будущих педагогов к осуществлению деятельности на материале произведений медиакультуры обусловлена велением времени. Стратегия модернизации отечественного образования направлена на развитие ключевых компетенций в интеллектуальной, общественно-политической, коммуникационной, информационных сферах. Компетентностный подход, акцентирующий внимание на результативности образования, заключается «не в определенной сумме приобретенных студентом знаний или количестве усвоенной информации, а в способности действовать в различных проблемных ситуациях, осуществляя поиск, отбор и анализ информации» [18]. В настоящее время для успешного осуществления профессиональной деятельности педагогу необходимы не только знания по теории и методике преподавания учебных предметов, педагогике и психологии, но и умения работать с медиаинформацией.

В российской педагогике медиаобразование в школах и вузах осуществляется в **формах** спецкурсов на лекциях и семинарах, в медиакружках, факультативах, медиастудиях, творческих мастерских, а также может быть интегрировано в различные учебные предметы. **Формы творческих занятий**: занятия литературно-имитационного, изобразительного, театрализованно-ситуативного характера на материале медиа с помощью эвристических, игровых форм и технических средств; а также занятия, направленные на развитие у аудитории уме-

ний полноценного восприятия и анализа медиатекстов. Изучение методики медиаобразования открывает будущим педагогам возможность самостоятельно разрабатывать сценарии медиатекстов на материале телевидения, Интернета, кинематографа, прессы, а затем осуществлять их презентацию в студенческой и школьной аудитории. Огромные перспективы медиаобразование открывает в системе высшего профессионального педагогического образования через создание отдельных учебных курсов по основам медиаобразования.

В процессе подготовки к педагогической деятельности на материале произведений медиакультуры будущим педагогам предлагаются циклы творческих заданий, направленные на развитие медиакомпетентности. Все творческие задания классифицируются в зависимости от характера содержания учебного материала, характера требований, предъявляемых к получению конечного результата, соотношения данных и целей выполнения учебной работы, форм ее организации и выполнения.

Подготовка будущих педагогов к осуществлению медиаобразовательной деятельности реализуется в творческих мастерских, на практических и семинарских занятиях и направлена на развитие способностей восприятия, эмоционального переживания, воображения, мышления и художественно-эстетической образованности каждого студента [2; 10]. В настоящее время наибольшее распространение в практике медиаобразования получили следующие циклы творческих занятий: 1) цикл литературно-имитационных, театрализованно-ситуативных, изобразительно-творческих занятий для овладения аудиторией креативными умениями на материале медиа с помощью эвристических, игровых форм и технических средств; 2) цикл творческих занятий, направленных на развитие у аудитории полноценного восприятия медиатекстов; 3) цикл творческих занятий, направленных на развитие у аудитории

умения анализировать медиатексты [1]. Особое значение в контексте изучения медиаобразования имеет развитие аналитических способностей, необходимых будущим педагогам. В связи с этим одним из ключевых моментов развития медиакомпетенции является умение анализировать и интерпретировать медиатексты различных видов и жанров. К примеру, просмотры и коллективные обсуждения экранных медиатекстов (фильмов, телепередач, сайтов) способствуют созданию творческой атмосферы на занятиях, развитию критического мышления и умениям аргументированно оценить медиаинформацию, активизируют познавательный потенциал студентов. Выполнение данного вида заданий позволяет не только констатировать эстетические и художественные медиапредпочтения студентов, но и способствовать более полноценному медиавосприятию, развитию эстетического вкуса аудитории.

Таким образом, в процессе медиаобразования при изучении медиатекстов различных видов и жанров будущие педагоги не только получают новые знания, но и выходят на более высокий уровень понимания медиаинформации, знакомятся с различными областями ее применения в учебно-воспитательной работе. Итак, проблемы развития медиакомпетентности современных школьников и студентов становятся очень актуальными в современных условиях постоянно увеличивающегося потока медиаинформации, представляют собой важные векторы освоения информационного пространства. Решению данных проблем может способствовать стратегия внедрения медиаобразования в систему подготовки будущих педагогов, включающая знания основ медиабезопасности, развитие критического мышления, полноценного восприятия произведений медиакультуры, умений творческого самовыражения в сфере медиа.

2.3 Медиapedaгогический процесс и медиакомпетентность

Медиapedaгогический процесс – это специально организованное, целенаправленное, развивающееся взаимодействие педагогов и обучающихся, ориентированное на формирование медиасредствами в современной информационной среде творчески развитой и критически мыслящей, целостной личности, сопричастной мировому потоку культуры.

Целостный медиapedaгогический процесс включает в себя процессы воспитания, обучения и развития и представлен в табл. 2.

Таблица 2

Целостный медиapedaгогический процесс

МЕДИАПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ:		
Воспитание как преобразование потребностей медиапотребления	Обучение как усвоение необходимых правил, информации и норм в медиапространстве	Развитие как процесс выращивания способностей, в том числе и умений медиаграмотности
через постановку целей приобщения к медиакультуре, ее ценностно-смысловому вектору.	через отбор и усвоение содержания медиаобразования , формирования культуры общения с медиа.	осуществляется через методы как способы деятельности, в которой окультуриваются коммуникативные, творческие и другие способности.
Приводит к самоопределению и формированию позиции в деятельности.	Приводит к выявлению поля деятельности.	Приводит к освоению способов деятельности , умений анализа и оценки медиатекстов критического мышления.

Таким образом, медиаобразование предполагает организацию целостного медиapedaгогического процесса, включаю-

щего в себя воспитание, обучение и развитие. Попытаемся моделировать медиапедагогический процесс. Для этого рассмотрим его психологический, педагогический и деятельностный аспекты. Моделирование целостного медиапедагогического процесса через вышеперечисленные аспекты представлено на рис. 3.

Формирование медиакомпетентности обучающихся достигается через организацию целостного образовательного процесса. Задачи педагога, реализующего такой процесс, направлены на то, чтобы школьники и студенты научились:

- внимательно отслеживать воспринимаемые потоки информации, осознанно их воспринимать и критично оценивать, автономно и оперативно дифференцировать поступающие сообщения по их актуальной значимости, источникам и причинам возникновения (**когнитивная задача**);

- адекватно оценивать ценностно-смысловую нагрузку медиапродуктов, информационных сообщений, выделяя ключевые смыслы и сопоставляя вкладываемые в них ценности с собственной системой ценностей, а так же теми ценностями, которые являются доминирующими среди их ближайшего окружения (**воспитательная задача**);

- полностью или частично блокировать информацию, провоцирующую аффективные реакции, возникновение эмоционального дисбаланса, непродуктивных конфликтов с окружающими (**воспитательная задача совершенствования волевой и эмоциональной сфер**);

- активно формировать и поддерживать наиболее полезную для адаптации и личностной самореализации информационную среду (**образовательно-воспитательная задача**).

	Медиаобразование	Психологический аспект	Педагогический аспект	Деятельностный аспект
Воспитание	Управление собственными медиапотребностями	Управление собственными медиапотребностями	Специально организованный процесс выращивания из потребностей личной социально значимых целей	Самоопределение деятельности, принятие решений в конкретных ситуациях
Обучение	Усвоение новой информации об окружающем мире, в том числе в сети интернет и о себе в чатах и сайтах общения	Усвоение новой информации об окружающем мире, в том числе в сети интернет и о себе в чатах и сайтах общения	Специально организованный процесс усвоения знаний в области медиа и умений использовать и передавать сообщения в различных целях	Овладение критериями, нормами, правилами деятельности в медийном пространстве
Развитие	Выращивание собственных способностей воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст	Выращивание собственных способностей воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст	Специально организованный процесс овладения информационно-коммуникативными методами для выращивания способностей	Выращивание способностей через овладение способами деятельности в медийном пространстве

Рис. 3. Моделирование целостного медиапедагогического процесса

- формировать активную **субъектную позицию** студента в образовательном процессе. Внутренняя позиция личности есть условие развития *чувства личности*, способности к самостоянию, способности быть личностью.

Все эти задачи носят не только обучающий, но и воспитательный, и развивающий характер и направлены на развитие медиакомпетентности студентов.

2.4 Задания для самостоятельной работы и подготовки к семинарам

1. **Провести анкетирование** студентов или школьников по определению уровня развития таких **умений медиаграмотности** как:

- находить требуемую информацию в различных источниках;
- переводить визуальную информацию в вербальную знаковую систему;
- трансформировать информацию, изменять ее объем, знаковую систему, исходя из особенностей аудитории, для которой она предназначена;
- понимать цели коммуникации, аргументировать собственные высказывания;
- находить ошибки в получаемой информации и исправлять их;
- воспринимать альтернативные точки зрения и высказывать обоснованные аргументы «за» и «против» каждой из них;
- составлять рецензии и анонсы информационных сообщений;
- устанавливать ассоциативные и целесообразные практически связи между информационными сообщениями;
- вычленять главное в информации, отделять его от «белого шума»;
- составлять план информационного сообщения, предлагать форму его изложения адекватную содержанию;

- работать с техническим инструментарием подготовки, передачи и получения информации.

Шкала: 0 баллов – не умею, 1 балл – недостаточно умею; 2 балла – хорошо умею. Подсчитать количество человек, набравших 0,1 или 2 балла и наглядно представить полученные результаты.

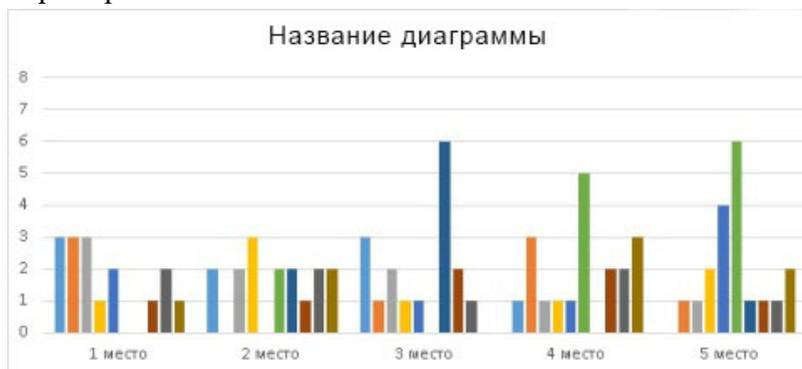
Представить результаты графически, в виде гистограммы.

2. Определить медиаобразование как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов.

Провести анкетирование студентов по важности целей медиаобразования, присвоив каждому высказыванию место по важности от 1 до 10. Результаты ранжирования представить графически в виде гистограммы или диаграмм.

Цели медиаобразования: 1) развитие способностей к восприятию, пониманию и оценке медиатекстов; 2) подготовка к жизни в демократическом обществе; 3) развитие способностей к критическому мышлению; 4) обучение пониманию социальных, культурных, политических смыслов и подтекстов медиа; 5) обучение декодированию медиатекстов; 6) развитие коммуникативных способностей; 7) обучение творческому самовыражению с помощью медиа; 8) развитие способностей к эстетическому восприятию и оценке эстетических качеств медиатекстов; 9) обучение умению идентифицировать, интерпретировать медиатексты, создавать медиапродукты; 10) обучение теории медиа и медиакультуры.

Например:



3. Определить показатели медиакомпетентности у себя, используя следующую литературу: Федоров, А. В. Медиаобразование и медиакомпетентность: анкеты, тесты, контрольные задания. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. педаг. ин-та, 2009. – 136 с.

Примечание: можно упростить вопросы по блокам, но так, чтобы можно было выявить высокий, средний и низкий показатели медиакомпетентности.

4. Тест на тему «Цели, содержание, методы и формы медиаобразования»:

1. Компетентностный подход акцентирует внимание на результативность образования?

- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить

2. Для успешного осуществления профессиональной деятельности педагогу необходимы не только знания по теории и методике преподавания учебных предметов, педагогике и психологии, но и умение работать с медиаинформацией?

- 1) Да
- 2) Нет

- 3) Затрудняюсь ответить
3. Целью медиаобразования является формирование медиакомпетентности будущего педагога?
- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить
4. Медиакомпетентный педагог должен быть способен критически и осознанно оценивать медиатекст, поддерживать критическую дистанцию по отношению к популярной культуре и сопротивляться манипуляциям?
- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить
5. В содержании медиаобразования входит подготовка будущих педагогов к медиаобразовательной деятельности?
- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить
6. Является ли верным утверждение, что медиаобразование в школах и вузах осуществляется в формах спецкурсов и медиастудий?
- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить
7. Открывают ли методики медиаобразования возможность будущим педагогам самостоятельно разрабатывать сценарии медиатекстов на материале телевидения, интернета или кинематографа?
- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить

8. Применяется ли практика медиаобразования в форме творческих занятий?

1) Да

2) Нет

3) Затрудняюсь ответить

9. Является ли развитие критического и аналитического мышления задачей медиаобразования?

1) Да

2) Нет

3) Затрудняюсь ответить

Глава 3. Проблемы медиабезопасности обучающихся

3.1 Введение в проблематику медиабезопасности.

Основные правовые документы по информационной безопасности

Наряду с положительными сторонами массмедиа (доступность информационных ресурсов, общение «без границ»), ряд негативных факторов тотального погружения в виртуальную реальность, актуализируют важность проблем медиабезопасности подрастающего поколения в медиамире, выработке стратегий развития медиакомпетентности современных детей и подростков, которые с ранних лет становятся активными пользователями медиаресурсов. Большую озабоченность педагогов и психологов вызывают насилие и жестокость, активно насаждаемые медиаканалами. Последние годы современные дети и подростки – активные пользователи Интернета – все чаще сталкиваются с такими явлениями, как троллинг и кибербуллинг. **Троллинг** (размещение в Интернете информации провокационного характера) – уже достаточно хорошо известное, вызывающее тревогу явление, получившее распространение в социальных сетях. Разжигание конфликтов, дезинформация, психологические атаки – вот далеко не полный перечень деятельности подобных пользователей. В настоящее время существует множество классификационных характеристик так называемых «троллей», среди которых могут быть и сверстники жертвы, и взрослые люди.

Еще одно негативное явление, с которым может столкнуться ребенок в Интернете, – **кибербуллинг**, который определяется С. Драгуновым как виртуальный террор, чаще всего подростковый [1]. В самом деле, дети и подростки нередко становятся жертвами медианасилия и медиаманипуляции

в социальных сетях и блогах, на форумах и в чатах. Зачастую им достаточно трудно самостоятельно противостоять негативной, а то и агрессивной медиаинформации, им не хватает умений противостоять медианасилию. **Поэтому изучение основ медиабезопасности выходит по значимости на одно из первых мест и становится столь же важным, как изучение основ безопасности жизнедеятельности.**

Массмедиа все чаще используют приемы «смешения» жанров, стирания граней между реальными событиями и вымышленными фактами. Неудивительно, что юная аудитория с трудом может отличить реальные события от виртуальных, представляемых массмедиа в реалистической манере. Таких программ становится все больше и больше, причем как на зарубежном, так и на отечественном рынке медиапродуктов. Еще одной серьезной проблемой современности становится **интернет-зависимость** (медиазависимость, интернет-аддикция). Время, отведенное сети, часто превосходит время, необходимое для работы при полноценном восьмичасовом рабочем дне. Много времени отнимают компьютерные игры, особенно у подростков и юношей. При этом подавляющее большинство компьютерных интернет-игр содержит элементы деструктивного содержания: стимулы страха, ужаса, отвращения; латентную рекламу и пропаганду наркотиков; модели физического и сексуального насилия; элементы расовой или иной дискриминации; ненормативную лексику, эротические и порнографические стимулы [14].

Огромное количество информации в сетях является ложной, постправдой, а то и просто **фейковой**. Необходимыми становятся умения распознавать ложную, провокационную информацию в сети интернет. **Существуют рекомендации для выявления фейковой информации:** проверить аккаунт,

откуда поступило сообщение, сколько подписчиков и давно ли существует, есть ли ссылка на первоисточники, носит ли информация шокирующий характер и верную рассылку.

Вопросы медиабезопасности, то есть безопасного существования и сосуществования в медиамире, все активнее обсуждаются исследователями, общественными деятелями, родителями, да и самими юными пользователями. В некоторых российских школах уже проводятся **уроки медиабезопасности**, на которых учащиеся знакомят с основными правилами безопасного поведения в Интернете, общения в социальных сетях и использования многочисленных программ. Зачастую такая информация размещается на школьных сайтах, становится темой родительских собраний. Так как практически все современные родители нынешних школьников сами являются активными пользователями медиаресурсов, то многие из них неплохо осведомлены о полезных интернет-ресурсах, где можно найти необходимую информацию по защите детей от нежелательного контента, знакомы с **программами «Родительского контроля»**.



Преимущества программы:

- Гибко настраивать контроль за онлайн-активностью ребенка.
- Устанавливать безопасный периметр для перемещений ребенка и получать уведомления, когда он этот периметр покинул. Также вы можете проверять, где ребенок находится сейчас.
- Узнавать о публикациях ребенка «ВКонтакте», а также о новых друзьях в соцсети.
- Получать уведомления, когда у ребенка садится телефон.
- Также в продукт встроены советы психолога о том, как беседовать с детьми по поводу интернет-угроз.

Сегодня становится очевидным, что знание ребенком основных правил защиты от негативной информации является необходимым и обязательным условием общения с миром медиакультуры. Сейчас, когда реальностью стали виртуальные миры, необходимо и осмысление **виртуальной ответственности**. Позиция понимания и ответственности за свои виртуальные поступки – эта та нить Ариадны, которая поможет нам быть толерантными не только в Декларациях, но и в личных действиях как в виртуальном, так и в реальном мире.



Информационная безопасность – это защищенность информации от любых случайных или злонамеренных воздействий, результатом которых может явиться нанесение ущерба самой информации или ее владельцам.

Нормативная правовая база:

- Международные договоры РФ;
- Конституция РФ;
- Законы федерального уровня (включая федеральные конституционные законы, кодексы);
- Указы Президента РФ;
- Постановления правительства РФ;
- Нормативные правовые акты федеральных министерств и ведомств;
- Нормативные правовые акты субъектов РФ, органов местного самоуправления и т. д.

1. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» – это нормативный документ Российской Федерации, юридически описывающий понятия и определения в области технологии правового регулирования в сфере информации, информационных технологий, а также регулирующий отношения при осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации при применении информационных технологий. Принципы, заложенные в законе:

- свобода поиска, получения, передачи, производства и распространения информации любым законным способом;
- установление ограничений доступа к информации только федеральными законами;
- открытость информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления и свободный до-

ступ к такой информации, кроме случаев, установленных федеральными законами;

- равноправие языков народов Российской Федерации при создании информационных систем и их эксплуатации;
- обеспечение безопасности Российской Федерации при создании информационных систем, их эксплуатации и защите содержащейся в них информации;
- достоверность информации и своевременность ее предоставления;
- неприкосновенность частной жизни, недопустимость сбора, хранения, использования и распространения информации о частной жизни лица без его согласия;

2. Федеральный закон № 436 «О защите детей от информации» Настоящий регулирует отношения, связанные с защитой детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, в том числе от такой информации, содержащейся в информационной продукции. Виды информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей:

- побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью
- способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества, табачные изделия, никотиносодержащую продукцию, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством;
- обосновывающая или оправдывающая допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающая осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным;

- отрицающая семейные ценности, пропагандирующая нетрадиционные сексуальные отношения и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи;
- оправдывающая противоправное поведение;
- содержащая нецензурную брань;
- содержащая информацию порнографического характера;
- о несовершеннолетнем, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия)
- представляемая в виде изображения или описания жестокости, физического и (или) психического насилия
- представляемая в виде изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной;
- содержащая бранные слова и выражения, не относящиеся к нецензурной брани.

3. «Доктрина информационной безопасности РФ» (утверждена Указом Президента РФ № 646 от 5 декабря 2016 г.)

У России, как следует из документа, есть ряд национальных интересов в информационной сфере, включая «соблюдение конституционных прав и свобод человека и гражданина в области получения и использования информации, включая неприкосновенность частной жизни», «развитие отрасли информационных технологий в РФ», «обеспечение устойчивого развития и бесперебойного функционирования информационной инфраструктуры РФ в мирное время, в период непосредственной угрозы агрессии и в военное время», «доведение до российской и международной общественности достоверной информации о государственной политике РФ» и «содействие распространению духовных и культурных ценностей народов России по всему миру». При этом в качестве угрозы рассматривается и «тенденция увеличения объема материалов в зарубежных СМИ, содержащих необъективную и предвзятую

информацию о внешней и внутренней политике РФ», а также «наращивание информационного воздействия на население страны, в первую очередь на молодежь, с целью размывания культурных и духовных ценностей, подрыва нравственных устоев, исторических основ и патриотических традиций». 20 стран заложили основу для глобального пакта об электронном ненападении под эгидой ООН.

Концепция информационной безопасности детей будет способствовать реализации единой государственной политики в области информационной безопасности детей, созданию современной медиасреды, учитывающей риски, связанные с развитием интернета и информационных технологий. В нем отмечается, что положения концепции базируются на принципах признания детей и подростков активными участниками информационного процесса, ответственности государства за соблюдение законных интересов детей в информационной сфере, воспитания у детей навыков самостоятельного и критического мышления, создания в информационной среде благоприятной атмосферы для детей и подростков вне зависимости от их социального положения, религиозной и этнической принадлежности.

Медиабезопасность – это отсутствие риска, связанного с причинением информацией вреда здоровью и (или) физическому, психическому, духовному, нравственному развитию детей. **Какие угрозы встречаются ребенку в интернете наиболее часто?**

- ▶ Доступ к нежелательному содержимому,
- ▶ Контакты с незнакомыми людьми с помощью чатов или электронной почты,
- ▶ Неконтролируемые покупки,
- ▶ Угроза заражения вредоносным программным обеспечением (ПО) и т. д.

Основные правила безопасности в интернете:

1. Осознать важность защиты своей и чужой личной информации и не распространять конфиденциальную информацию в сети.

2. Вести себя в Интернете так же, как в реальной жизни, в частности, следовать этическим нормам и правилам.

3. Не слишком доверять незнакомым людям в Сети, знать, что они могут выдавать себя за других.

4. Помнить, что виртуальные покупки стоят реальных денег.

5. Обращаться за советом к родителям в любой неоднозначной или непонятной ситуации.

Соблюдайте основные меры компьютерной безопасности.

Перед тем, как отправиться в путешествие по Интернету, необходимо выполнить три важных действия для усиления компьютерной защиты:

- ▶ Активизация брандмауэра.
- ▶ Обновление антивирусных программ.
- ▶ Обновление программного обеспечения.

Не открывайте файлы, полученные от неизвестных корреспондентов.

▶ Основная масса вредоносных программ попадает в компьютер через электронную почту теми, кто нечаянно попытался открыть зараженный файл. Не дайте себя одурачить! Ни в коем случае нельзя открывать файл, вложенный в письмо электронной почты или мгновенное сообщение, если его отправитель неизвестен и вы не ожидаете получения файла.

▶ У вас могут украсть номер кредитной карты, пароли, учетную информацию или другие личные данные. Пароль защищает ваш компьютер и блокирует возможность его использования. Делайте резервные копии результатов работы.

ПАМЯТКА ПОВЕДЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В Интернет ты заходишь через компьютер или мобильное устройство. Это может быть школьный или библиотечный компьютер, твой личный или твоей семьи. Любому устройству могут повредить вирусы. Они могут уничтожить важную информацию или украсть деньги через Интернет.

НИКОМУ НЕ СООБЩАЙ СВОЙ ЛОГИН С ПАРОЛЕМ

Никому не сообщай свой логин с паролем и не выкладывай их в Интернете - отнесись к ним так же бережно, как к ключам от квартиры.



НЕ СООБЩАЙ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

Никогда не сообщай свои имя, номер телефона, адрес проживания или учебы, пароли, любимые места отдыха или проведения досуга, чтобы этой информацией не смогли воспользоваться в своих преступных целях злоумышленники.



РАССКАЖИ ВЗРОСЛЫМ

Всегда сообщай взрослым обо всех случаях в Интернете, которые вызвали у тебя смущение или тревогу.



НЕ МЕНЯЙ НАСТРОЙКИ ГАДЖЕТА

Для защиты компьютера на нём установлены специальные защитные программы и фильтры. Не меняй ничего в их настройках!



НЕ ЗАХОДИ НА ПОДОЗРИТЕЛЬНЫЙ САЙТ

Если антивирусная защита компьютера или мобильного устройства не рекомендует, не заходи на сайт, который считается «подозрительным».



НЕ СОХРАНЯЙ ПОДОЗРИТЕЛЬНЫЕ ФАЙЛЫ И НЕ ОТКРЫВАЙ ИХ

Не устанавливай и не загружай программы, музыку, видео или другие файлы без консультации с родителями.



ПОМНИ!

Не вся информация в сети Интернет достоверна!



3.2 Положительные и отрицательные эффекты интернета

Представим положительные и отрицательные стороны интернета в виде табл. 3.

Таблица 3

Положительные и отрицательные стороны интернета

<i>Положительное</i>	<i>Отрицательное</i>
<i>Оперативность получения любой информации</i> – интернет-пользователю нет необходимости идти в библиотеки, искать необходимый материал, достаточно только открыть любую поисковую систему, задать в строке поиска условие и из предложенных вариантов выбрать то, что необходимо	<i>Активность в кибермире не способствует росту гражданской активности в реальном мире</i> ; виртуализация политической активности граждан скорее препятствует способности российских граждан адекватно разбираться в политическом процессе
<i>Информативность</i> – на любую предложенную тему можно найти несколько точек зрения, сравнить их, получить полную информацию	В группах социальных сетей активно стали работать по найму так называемые «тролли», т. е. пользователи, распространяющие искаженную, неверную, но выгодную тем или иным лоббистам информацию
<i>Технологичность</i> – использование новейших достижений информационных и телекоммуникационных технологий	В интернете доминируют сайты с <i>девиантной информацией</i> : о сексуальных связях, скандалах, насилии, разрушительных социальных действиях и т. п.
<i>Творчество</i> – пользователь может использовать в своей работе готовые наработки, предлагаемые для свободного доступа в сети Интернет, а может на основе предложенной информации представить что-то свое, непохожее на то, что было предложено, таким образом выразить себя	В России нарастает <i>информационное и коммуникационное неравенство между регионами; социальными группами и индивидами</i>

<p><i>Расширение границ общения</i> (социальные сервисы и форумы, электронная почта) – возможность общения, обмена опытом, знаниями</p>	<p><i>Фрод (мошенничество)</i>. Когда юзер оплачивает покупки или услуги банковской картой на вредоносном сайте, создатели ресурса могут получить доступ к реквизитам пользователя</p>
<p><i>Формирование информационной компетентности</i>, включая умение работать с информацией (находить, получать, анализировать, систематизировать и использовать)</p>	<p>Медиа зависимость стала реальной <i>угрозой социальной адекватности человека</i></p>
<p><i>Возможность постоянного самообразования</i>, самореализации. В силу наличия в интернете множества образовательной информации, мы имеем возможность сами повышать свой уровень знаний, свою эрудиции. С интернетом становится реальностью самостоятельное изучение языков, освоение новых наук</p>	<p>В современных медиа (традиционных и новых) все больше информации представляется в форме <i>визуальных образов</i></p>
<p><i>Интернет и деньги теперь заодно</i>. Появилась возможность зарабатывать деньги, не покидая пределы своей квартиры. Сейчас, как показывает практика, многие программисты, дизайнеры, специалисты других сфер, зарабатывают большие суммы денег через интернет, используя свои умственные способности и навыки, которые натренировали, опять же, благодаря Интернету. Некоторые ведут совершенно легальный и доходный бизнес исключительно онлайн</p>	<p><i>Вред здоровью</i>. Длительное пребывание за компьютером может навредить здоровью человека, особенно это касается детей. Могут пострадать зрение, малоподвижный способ жизни может привести к ожирению, к проблемам с венами на ногах. Рассмотрение ненужной информации приводит к развитию стресса.</p>

<p><i>Возможность покупки товаров или услуг по всему миру.</i> Современные люди, в отличие от предыдущих поколений, могут позволить себе купить практически любую вещь, даже если она не продается в том городе, где они проживают. Сейчас купить в интернете можно абсолютно все, начиная от канцелярских скрепок поштучно, заканчивая крупной техникой или необитаемыми островами</p>	<p>Все больше людей испытывают <i>психологическую зависимость</i> от процессов, происходящих в медиа пространстве</p>
<p><i>Быть в курсе последних новостей.</i> В сети Интернет всегда публикуются самые свежие новости со всего мира. Сегодня пользователи могут не только узнавать о событиях и происшествиях мирового масштаба, но и просматривать температуру воздуха за окном в своем городе или уточнять состояние трафика на дорогах</p>	<p><i>Вторжение в частную жизнь</i> можно признать значимой этической проблемой современных медиа. <i>Взлом аккаунтов.</i> Тот случай, когда злоумышленники получают логины и пароли от почты, онлайн-банкинга или социальной сети</p>
<p><i>Экономия времени.</i> Для получения информации нет необходимости часами сидеть в библиотеках перелистывая книги, не нужно искать данные в справочниках и энциклопедиях</p>	<p>Выполнение совместных перформансных проектов нередко создает <i>только видимость того, что участие в группах социальных сетей интернета</i> способствует формированию и развитию гражданского общества</p>
<p><i>Разнообразить свою жизнь.</i> Появление интернета дает шанс экспериментировать в кулинарии, пробовать новые хобби. Пошаговые инструкции дадут возможность стать профессионалом в любом деле</p>	<p>Жизненный успех современного человека во многом определяется <i>количеством и качеством его присутствия/представленности в интернете</i></p>

	Жизненный успех современно-го человека определяется <i>не его способностями, а объемом и качеством имеющейся в его распоряжении информации</i>
	<i>Информация о личности рассматривается как экономически выгодный товар и как источник власти</i>
	<i>Неконтролируемый доступ к информации опасен</i>
	<i>Обилие разнообразной информации маскирует принципиальную недоступность, закрытость многих сегментов медиа пространства</i>
	<i>Образная подача информации в медиа поддерживает мифологическое мышление (образные объяснения процессов и явлений, не предполагающие понимания их сущности, реально возможных связей и зависимостей)</i>
	<i>Повышается зависимость социальных институтов от средств массовой информации</i>
	<i>СМИ виновны в засорении и отравлении умов детей и подростков</i>
	<i>СМИ можно обвинить в разрушении моральных устоев</i>
	<i>СМИ навязывают людям недо-стоверную повестку дня, со-здают иллюзорную картину мира</i>
	<i>СМИ способствуют разжиганию социальной агрессии и не-терпимости, формированию «образа врага»</i>

	СМИ формируют у людей <i>стремление к реализации нереалистичных жизненных сценариев</i>
	Современное медиа пространство <i>способствует разрушению традиционной культуры и системному социокультурному кризису России</i>
	<i>Современные медиа создают и навязывают людям стереотипные образы (идолов и отверженных)</i>
	<i>Современные медиа травмируют психику людей, формируют чувства страха и безысходности</i>
	Современные научно-технические достижения <i>предоставляют невиданные ранее возможности для превращения информации о личности в инструмент социального контроля и манипулирования человеческим поведением</i>
	Современный интернет <i>поддерживает желание пользователей получать через его сервисы информацию, распространение которой в традиционных СМИ ограничено нормами морали и законов</i>
	Социальные сети <i>разделяют пользователей на группы по интересам, поэтому единого пространства коммуникации в интернете не существует</i>

	<p>Существенные различия в компьютерной грамотности и возможностях пользоваться современными информационными технологиями увеличивает психологический разрыв поколений</p>
	<p>Существует угроза информационного потопа – неконтролируемого увеличения количества информации, делающего практически бессмысленными попытки управлять информационными процессами</p>
	<p>Сформировался глобальный медиа порядок, где в качестве основных субъектов, участвующих в производстве контента и регулировании информационных процессов, выступает ограниченный круг транснациональных корпораций</p>
<p>Вывод: очевидно, что интернет в наше время стал своеобразной медийной средой, благодаря которой происходит глобальный обмен информацией. Его популярность можно объяснить тем, что, в отличие от линейных текстов традиционных СМИ, электронные медиа характеризуются гипертекстуальностью, благодаря чему каждый текст имеет выходы на другие, и это значительной степени расширяет информационный поток, которым интересуется пользователь.</p>	<p>Вывод: стоит отметить высокую степень солидарности всех групп опрошенных. Мнения мужчин и женщин, представителей разных возрастных групп и разных городов различаются не очень сильно. Не наблюдается существенных разногласий по поводу значимости представленных медиа угроз и у респондентов из разных городов России, в которых проводилось исследование.</p>

Проблема медиа безопасности населения становится все более актуальной. Не существует универсальных комплексных решений, которые могли бы обеспечить аудиторию только качественным контентом. Но так или иначе найдены некоторые пути решения проблемы минимизации угроз со стороны медиа:

- 1) государственный контроль, создание реестра запрещенных сайтов и каналов коммуникации;
- 2) самостоятельный контроль медиа ресурсов со стороны интернет-провайдеров и редакторов СМИ;
- 3) самообразование каждого индивида в отношении проблемы медиабезопасности, самоконтроль;
- 4) медиаобразование населения, особенно молодежи по проблеме медиа безопасности;
- 5) введение этического кодекса коммуникации.

В целях нейтрализации деструктивного влияния виртуальных сетей в процессе комплексной развивающей психолого-педагогической работы у молодых людей необходимо сформировать следующие компетенции в области медиа безопасного поведения:

- устойчивую критичность к негативному влиянию со стороны современных социальных сетей через осознанное отношение ценностно-смысловому содержанию исходящей от них информации;
- способность к эффективной обработке сложной информации, получаемой в процессе участия в социальных интеракциях в современном сетевом пространстве;
- способность к реализации базовых процедур анализа основных каналов и источников социально значимой информации;
- способность к критической оценке и коррекции собственного поведения в социальных сетях и глобальном медиапространстве в целом.

3.3 Задания для самостоятельной работы и подготовки к семинарам

1. Определить понятие медиабезопасности как состояние защищенности жизненно важных интересов субъекта от угроз, исходящих от средств массовой информации и коммуникации.
2. Рассмотреть примеры манипуляций в СМИ, выделив их виды. Обсудить индивидуальные примеры манипуляций.
3. Приготовить презентацию по теме Кибербуллинг. Дать определение буллингу, его видам, составить педагогические рекомендации по профилактике и предотвращению этого явления.
4. Осознать, что медиакомпетентность личности есть необходимое условие ее медиабезопасности.
5. Изучить основные правовые документы по информационной и медиабезопасности детей.
6. Составить правила безопасного поведения в интернете, социальных сетях для дошкольников, младших школьников, подростков, юношей и девушек.

7. Тест по теме:

1. Что представляет угрозу информационной безопасности?
 - а) Вирусы, черви, трояны
 - б) Спам
 - в) Хакеры
 - г) Все ответы верны
2. Являются ли указы президента РФ нормативной базой?
 - а) да
 - б) нет
3. Является ли достоверность информации принципом медиабезопасности?
 - а) Да

- б) Нет
4. Защищенность информации от любых случайных или злонамеренных воздействий, результатом которых может явиться нанесение ущерба самой информации или ее владельцам. Какой термин относится к данному определению?
- а) Медиаобразование
 - б) Медиакомпетентность
 - в) Информационная безопасность
5. Какой федеральный закон регулирует отношения, связанные с защитой детей от информации, причиняющий вред?
- а) ФЗ «ОБ ИНФОРМАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ И О ЗАЩИТЕ ИНФОРМАЦИИ»
 - б) ФЗ «О ЗАЩИТЕ ДЕТЕЙ ОТ ИНФОРМАЦИИ»
 - в) ФЗ «О персональных данных».
6. Позволяет ли программа «Safe Kids» гибко настраивать контроль за онлайн активностью ребенка?
- а) Да
 - б) Нет
 - в) Не знаю.
7. Что является признаком интернет зависимости у ребенка?
- а) Ребенок постепенно теряет интерес к другим занятиям, даже некогда любимым.
 - б) У ребенка сокращается круг общения.
 - в) Эмоциональный контакт с ребенком утрачивается.
 - г) Все ответы верны.
8. Злоупотребление в интернете правами потребителя это?
- а) коммуникационные риски
 - б) электронные риски
 - в) потребительские риски.

9. Возможность столкнуться с хищением персональной информации, риск подвергнуться вирусной атаке, онлайн-мошенничеству, шпионским программам – это:

- а) коммуникационные риски
- б) электронные риски
- в) потребительские риски.

10. Медиабезопасность – это...

- а) защищённость от информации, наносящей вред здоровью, физическому, духовному и нравственному развитию детей и молодёжи,
- б) область исследований, обозначающая объекты и понятия, относящиеся к сфере средств массовой информации,
- в) состояние, при котором как мы считаем, нам не угрожает опасность.

Глава 4. Развитие медиакомпетентности личности как педагогическая проблема

4.1 Понятие о стиле медиапотребления и его определение

Теоретико-методологической базой изучения стиля индивидуального медиапотребления являются зарубежные и отечественные исследования, посвящённые изучению природы когнитивного стиля личности, определяемого как своеобразие способов получения и переработки информации об окружающем мире. При этом на первый план выступает гипотеза о наличии неких индивидуальных стилевых особенностей, определяющих медиапотребление как особый тип познавательной активности. Наше понимание стилевых особенностей медиапотребления заключается в том, что эти особенности проявляются через индивидуально выработанные поведенческие стереотипы, эмоциональные реакции и когнитивные навыки.

Анализ стихийного поведения медиапотребителей и результатов проведённых за последние полвека исследований по проблемам социального познания, медиапотребления и стилевых особенностей когнитивной деятельности позволяет выделить четыре наиболее значимых критерия, положенных в основу четырёх соответствующих шкал оценки индивидуальной культуры потребления медиаинформации:

1. Шкала **ЭПВ** (эмоционально-познавательная вовлечённость); позволяет выявить степень вовлечённости респондента в различные формы медиапотребления и как следствие его вовлечённости в переживание событий и процессов отражённых в поступающей ему информации;

2. Шкала **ВКМ** (волевой контроль медиапотребления); позволяет определить уровень волевого самоконтроля ре-

спондента в отношении сформировавшихся и формирующихся у него способов и режимов потребления медиаинформации;

3. Шкала **РКМ** (рефлексивная критичность медиапотребления); позволяет определить развитие у респондента умений, навыков, позволяющих с рефлексивной критичностью воспринимать любого рода информацию, избегая её интроекцию (некритическое «заглатывание»);

4. Шкала **ЭПИ** (эффективность поиска информации); позволяет определить индивидуальный уровень развития умений и навыков, обеспечивающих быстрый и результативный поиск важной для респондента медиапродукции/информации [16].

В условиях экспансивного развития СМИ, активный и независимый медиапотребитель должен обладать набором необходимых умений, оптимизирующих процесс построения им индивидуального информационного пространства:

- ✓ умение внимательно отслеживать воспринимаемые потоки информации, автономно и оперативно дифференцировать поступающие сообщения по их актуальной значимости, источникам и причинам возникновения;
- ✓ умение адекватно оценивать ценностно-смысловую «начинку» сообщения, выделяя наиболее существенное и сопоставляя ее с собственной и/или общественно заданной системой ценностей;
- ✓ умение полностью или частично блокировать информацию, провоцирующую аффективные реакции, вызывающую эмоциональный дисбаланс, непродуктивные конфликты с окружающими и т. п.;
- ✓ умение активно формировать и поддерживать наиболее полезную для адаптации и личностной самореализации информационную среду, своевременно отключая/переключая информационные потоки;

✓ умение находить и определять те источники информации, которые необходимы для удовлетворения актуальных потребностей и решения текущих жизненных и профессиональных проблем.

Данные умения, при достаточно высоком уровне развития, обеспечивают успешную адаптацию личности в современном информационном обществе. Разработанный А. С. Коповым, Г. Н. Малюченко опросник действительно позволяет гибко улавливать индивидуальный стиль медиапотребления, поскольку даже без учета средних показателей по трём шкалам нами было выделено восемь вариантов сочетаний:

1. Вовлеченный контролирующий критичный – высокие показатели по шкале ЭПВ (+10 и выше), высокие показатели по шкале ВКМ (+10 и выше) и высокие по шкале РКМ (+10 и выше);

2. Вовлеченный контролирующий **некритичный** – высокие показатели по шкале ЭПВ (+10 и выше), высокие по шкале ВКМ (от +10 и выше) и низкие по шкале РКМ (-10 и ниже);

3. Вовлеченный **неконтролирующий некритичный** – высокие показатели по шкале ЭПВ(+ 10 и выше), низкие по шкале ВКМ (-10 и ниже) и низкие по шкале РКМ (-10 и ниже);

4. Вовлеченный **неконтролирующий критичный** – высокие показатели по шкале ЭПВ(+10 и выше), низкие по шкале ВКМ (-10 и ниже) и высокие по шкале РКМ(+10 и выше);

5. **Невовлеченный неконтролирующий некритичный** – низкие показатели по шкале ЭПВ (-10 и ниже), низкие по шкале ВКМ (-10 и ниже) и низкие по шкале РКМ(-10 и ниже);

6. **Невовлеченный неконтролирующий критичный** – низкие показатели по шкале ЭПВ(-10 и ниже), низкие по шкале ВКМ (-10 и ниже) и высокие по шкале РКМ(+10 и выше);

7. **Невовлеченный контролирующий некритичный** – низкие показатели по шкале ЭПВ (-10 и ниже), высокие по шкале ВКМ (+10 и выше) и низкие по шкале РКМ (-10 и выше);

8. **Невовлеченный контролирующий критичный** – низкие показатели по шкале ЭПВ (-10 и ниже), высокие по шкале ВКМ (+10 и выше) и высокие по шкале РКМ (+10 и выше) [16].

Анализ полученных данных показывает, что в настоящее время встречаются самые разнообразные, порой парадоксальные сочетания стилевых особенностей медиапотребления. Так, например, многие респонденты, имея установку на критичное отношение к современным СМИ, в то же время, демонстрируют высокие показатели по шкале ЭПВ, т. е. весьма активно потребляют различного вида медиапродукцию. Среди респондентов – медиапотребителей оказалось немало и тех, которые применяют активный волевой контроль в отношении потоков информации исходящей из СМИ, оставляя только те источники, которым они доверяют (шкала ВКМ). Однако при этом у них может быть низкий уровень критичности в отношении медиа-сообщений получаемых из тех источников, которые, соответствуют их субъективным представлениям о «правильных» СМИ.

Опросник ИСМ (индивидуальный стиль медиапотребления)

Инструкция: Вам предлагается с помощью данного опросника определить свой стиль восприятия и обработки разного рода медиа-информации. Прочтите каждое из предложенных утверждений и выберите тот вариант ответа (да, скорее да, скорее нет, нет), который наиболее соответствует наличию/отсутствию и выраженности тех или иных Ваших установок, привычек и реакций в сфере потребления информации. Желательно избегать варианта «затрудняюсь ответить».

Пожалуйста, предварительно укажите, некоторые данные о себе:

1. Возраст _____

2. Пол _____

3. Укажите частоту использования (например, 1 – наиболее часто, 6 – наименее) следующих шести источников информации:

а. телевидение,

б. интернет и/или другие электронные ресурсы,

в. книги,

г. журналы,

д. радио,

е. газеты

4. Ваше образование:

а. неполное среднее,

б. полное среднее,

в. среднеспециальное,

г. неполное высшее,

д. высшее.

Утверждения	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
1) Вам бывает трудно определить, насколько полезна или вредна для Вас та или иная информация, транслируемая через ТВ, радио, Интернет и т. д.					
2) Вы продолжаете смотреть телевизор (слушать радио и т. д.), даже если не находите то, что Вас по настоящему интересует.					

3) Вы переключаете каналы, если во время просмотра фильма, любимой передачи начинается телереклама.					
4) Вы просматриваете транслируемые программы одновременно по нескольким телеканалам, желая быть в курсе всего, что показывают по ТВ.					
5) Вы прекращаете просмотр фильма (телепередачи и т. д.), не досмотрев до конца, если Вам становится скучно или заранее всё понятно.					
6) Вы бываете раздражены, если по каким-либо независимым причинам не можете смотреть любимую телепрограмму, слушать любимую радиостанцию и т. п.					
7) Вы критикуете тех, кто создаёт теле-, радиопередачи за однообразность и отсутствие чувства меры.					
8) Вы заранее изучаете программу телепередач, чтобы выбрать интересные и спланировать время для их просмотра.					
9) У Вас часто возникают трудности и проблемы, связанные с поиском какой либо необходимой информации.					
10) Вы часто тратите большее количество времени, чем планировали на поиск нужной информации.					
11) Вы просматриваете телепередачи, печатные издания и т.д. только по определенной, интересующей Вас тематике, не обращая внимания на все остальные.					
12) Вам удаётся находить по телеканалам, в Интернете, книгах и журналах то, что является действительно интересным и полезным.					

13) Вы легко находите какие-либо недостатки/недоработки в той или иной телепередаче, телефильме и т. д., даже если, в целом, они Вам нравятся.					
14) Включая телевизор (компьютер), Вы не просматриваете все каналы (сайты) подряд, а сразу останавливаетесь на одном излюбленном канале (сайте).					
15) Вы задумываетесь над тем, почему выбираете для просмотра тот или иной фильм, телепередачу, сайт и т. д.					
16) В поисках нужной информации, Вы можете незаметно для себя отвлечься на что-либо другое, менее важное.					
17) Вам легко удаётся собрать необходимое и достаточное количество информации в процессе поиска требуемых ответов.					
18) Постоянно включённый телевизор, компьютер или радиоприёмник составляют привычный фон вашей жизни.					
19) Планируя повседневные дела, вы стараетесь избегать излишнего просмотра телеканалов или брожения в сети Интернет.					
20) Просмотр телепередач или интернет-сайтов иногда вызывают у Вас чувство усталости и/или эмоционального выгорания.					
21) Вы стараетесь всякий раз избегать просмотра/прослушивания рекламных блоков, дабы не забивать себе голову ненужной информацией.					
22) Нередко какая-либо ранее воспринятая информация «забывается» Вам в голову и мешает думать о текущих делах.					

23) Вы забываете многие из тех сообщений, которые в общем потоке информации выделяете как полезные.					
24) Вы отключаете все источники информации, если вам необходимо отдохнуть, расслабиться после интенсивной умственной или физической работы.					
25) Вы заранее планируете просмотр какой-либо телепрограммы/телефильма или прослушивание радиопередачи, специально выкраивая для этого время.					
26) Вас часто раздражает глупость и пошлость сценаристов новых телешоу или «звёзд эфира».					
27) Вы часто даёте нелестную оценку тем фильмам и передачам, которые широко обсуждаются.					
28) Вы сожалеете о времени потраченном на фильмы, телепроекты, если они не содержат новые интересные идеи, полезные мысли.					
29) Иногда Вам кажется, что в общем потоке медиапродукции транслируемой в теле/радио эфире, Интернет-сети и т. д. можно пропустить нечто очень важное и ценное.					
30) Вы используете современные СМИ (включая телевидение, радио, Интернет) как, прежде всего, как источник развлечений.					
31) Вы стараетесь чётко осознавать, какая информация Вам нужна, когда в тот или иной момент включаете телевизор, радио, входите в Интернет и т. п.					
32) Вам свойственно анализировать причины происхождения всякой новой информации, с которой сталкиваетесь при просмотре телевизионных каналов, Интернет ресурсов и т. д.					

33) Иногда Вам хочется просто «проглотывать» интересные сообщения, поступающие из различных источников не задумываясь над их реальной ценностью.					
34) Вы настойчиво ищете дополнительную информацию, по какой либо теме из различных источников, если она заинтересовала вас.					
35) Вы открываете информационные ресурсы по всплывающим окнам, когда что-то изучаете, ищете, находясь в сети Интернет.					
36) Вам легко удаётся находить информацию по любой возникающей проблеме или интересующей теме.					
37) Вы часто замечаете, как современные СМИ не столько информируют о чём-то важном, сколько занимаются пропагандой или рекламой чего-либо.					
38) Вы сознательно дозируете потребление информации т.к. чувствуете, что излишняя информация Вам ничего не даёт.					
39) Прибегаете ли Вы к помощи книг и тематических журналов при поиске ответов на интересующие Вас вопросы.					
40) Вы откладываете выполнение важных, но не интересных Вам дел, ради просмотра увлекательной телепередачи или компьютерной игры.					
41) Вы обращаетесь к компетентным лицам на Интернет форумах и чатах, если необходимо быстро найти некую ценную, редкую информацию.					
42) Вы невольно отвлекаетесь на сопутствующую информацию в процессе поиска сведений по строго определенной теме.					

43) После напряжённого рабочего дня Вы часто отдыхаете в условиях одновременного функционирования нескольких источников информации (ТВ, радио, Интернет и т. п.).					
44) У Вас возникают труднопреодолимые эмоции и импульсы к совершению каких либо действий после просмотра отдельных фильмов, телепередач, сайтов и т. п.					
45) Вы привыкли размышлять над тем, насколько представленная в СМИ информация расходится с вашим реальным жизненным опытом.					
46) Ваше настроение может меняться в зависимости от характера тех информационных сообщений, которые транслируются СМИ в течение суток.					
47) Вы способны без особого труда обнаруживать основные смыслы/идеи в тех сообщениях, текстах, фильмах и т.п. которые попадают в зону Вашего внимания.					
48) Вы часто попадаете в ситуацию, когда какая либо тщательно собранная и подробно изученная Вами информация оказывается бесполезной.					
49) Вы привыкли самостоятельно решать какая информация должна присутствовать в поле Вашего внимания, а какая должна быть исключена.					
50) Вам с трудом удастся находить те фрагменты информации, которые являются недостающими для решения какой-либо задачи.					
51) Просматривая газеты, телеканалы или Интернет-сайты, Вы особо не задумываетесь над достоверностью тех сведений, которые распространяются через них.					

52) Вы прерываете те информационные сообщения (фильмы, передачи и т. д.) которые вносят разлад в Ваш внутренний мир, вредят душевному здоровью.					
53) Вам хорошо знакомо чувство предвкушения удовольствия от просмотра фильмов, ток-шоу и т. д. развлекательного содержания.					
54) Вы чувствуете себя более уверенно при общении в сети интернет, в WAP, смс-чатах, и т. п. чем при непосредственном общении с людьми.					
55) Вы продолжаете смотреть телевизор или слушать радио во время рекламных пауз.					
56) Вы продолжительное время обдумываете и переживаете информацию, полученную из СМИ.					
57) Вы знаете, где и как находить нужную и ценную информацию по всем текущим проблемам, возникающим в Вашей жизни.					
58) Вы пропустите увлекающие Вас телепрограммы, фильмы, игровые сеансы, если имеются какие важные дела.					
59) Вы оцениваете уровень и успешность своей жизни в зависимости от тех картин и стандартов, которые демонстрируются современными СМИ.					
60) Вы часто используете различные источники информации (телевидение, радио, Интернет и т.д.) как средство выхода из стрессовой ситуации, поднятия настроения.					

Порядок обработки полученных ответов:

1. При обработке бланков опросных листов ответ «да» оценивается в 2 балла, «скорее да» – в 1 балл, ответ «нет» оценивается как «- 2» балла, а «скорее нет» как «- 1» балл, вариант «затрудняюсь ответить» оценивается 0 баллов.

2. В соответствии с представленными ниже ключами по каждой из 4-х ниже шкал просчитывается общая сумма баллов. Минимальное количество баллов минус 30 баллов, максимальное количество баллов по каждой шкале 30 баллов.

3. В соответствии с общей суммой баллов по каждой шкале устанавливается степень выраженности соответствующих показателей в рамках индивидуального стиля медиапотребления респондента.

4. Через сравнение степени выраженности показателей анализируются «плюсы» и «минусы» индивидуального стиля медиапотребления респондента.

Ключи к обработке полученных ответов по каждой шкале:
Шкала ЭПВ (эмоционально-познавательная вовлеченность)

Номера утверждений	Количество баллов				
	да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	нет
2, 4, 6, 20, 22, 29, 30, 40, 44, 46, 53, 54, 55, 56, 60	2	1	0	-2	-1
	2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале ЭПВ:

– если сумма набранных баллов находится в интервале от – 30 до – 10, это свидетельствует о достаточно низком уровне вовлеченности респондента в медиaprостранство. По всей вероятности у него нет выраженной мотивации к получению инфор-

мации из таких источников как электронные СМИ (ТВ, Интернет). Большая часть его познавательной активности связана с книгами, журналами, то такими источниками информации, которые более подходят для любителей спокойной размеренной жизни, уединённого отдыха и размышления. В большинстве случаев он сознательно или неосознанно избегает получения информации из всех тех источников, которые активно стимулируют внимание и интерес потребителей. Таким образом, динамика его личностного развития, вектор его социальной активности в минимальной степени зависят от влияния современных масс-медиа, что, в ряде случаев, может отрицательно сказываться на его адаптивных способностях.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от **- 10 до + 10**, это свидетельствует о среднем (или так называемом нормативном) уровне включенности респондента в медиaproстранство. Медиapotребление респондента характеризуется умеренным и/или избирательным проявлением эмоциональных и когнитивных компонентов вовлеченности. Респондент отслеживает потоки информации, но при этом он не склонен тратить излишнее количество времени и душевных сил на получение какой либо информации, которая продается в СМИ как важная или новая. Любого рода «медиафакты» имеют второстепенное значение в его жизни по сравнению с теми фактами и событиями, которые составляют его повседневное существование. В некоторых случаях события, происходящие в мире и процессы, протекающие в медиaproстранстве, могут на время активизировать его интеллектуальную активность, вызывать интенсивные эмоциональные реакции, но на достаточно ограниченный период времени.

– если набранная сумма баллов находится в интервале от **+10 до +30** баллов, это свидетельствует о тенденции к чрезмерной вовлечённости респондента в медиapotребле-

ние. Его познавательная активность и сопутствующие эмоциональные реакции во многих случаях определяются процессами происходящим медиaprостранстве. Личностные реакции на события освещаемые СМИ характеризуются преувеличением их масштабов и значения, застреванием на процессе их анализа. Вместе с тем, познавательная активность респондента во многом сводится к перманентному поглощению информационных программ развлекательного характера. Продуктивность его медиапотребления, несмотря на постоянно возрастающие объемы получаемой информации чаще всего, остаётся низкой, т. е. многое из действительно полезной информации усваивается хаотично или забывается вследствие избыточного притока последующих сведений. Кроме того, его эмоционально-познавательные реакции на медиaprостранство характеризуются застреванием на анализе тех или иных событий. Вследствие того, что основные интересы такого человека перемещаются в медиaprостранство, у него может разрушаться взаимопонимание с родными и близкими людьми.

Шкала ВКМ (волевой контроль медиапотребления)

Номера утверждений	Количество баллов				
	да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	нет
8, 11, 14, 15, 19, 24, 25, 31, 38, 49, 52, 58	2	1	0	-1	2
18, 35, 43	2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале ВКМ:

– если набранная сумма находится в интервале от - **30** до - **10** баллов, это свидетельствует о низком уровне развития

у респондента умений и навыков самоконтроля. Процесс формирования у него привычек медиапотребления имеет крайне хаотичный характер, что приводит к нарушению необходимого баланса между временем, отводимым на медиапотребление и временем затрачиваемом на все остальные виды деятельности респондента. Его познавательная активность и сопутствующие эмоциональные реакции почти полностью определяются процессами происходящим в медиапространстве. При этом продуктивность познавательной активности респондента, несмотря на постоянно возрастающие объемы получаемой информации чаще всего, остаётся низкой. В целом, потребление им медиаинформации носит случайный, ситуативный характер.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от - 10 до + 10 баллов, это свидетельствует о том, что респондент в большинстве случаев осознаёт цели потребления той или иной информации и в значительной степени контролирует содержание потребляемой информации. Респондент понимает значимость сознательного контроля при формировании навыков медиапотребления, но не всегда достаточно продуктивно расходует время на поиск и обработку нужных данных. Его волевой самоконтроль в процессе медиапотребления имеет ситуативный характер, в зависимости от уровня значимости и актуальности медиаинформации. В целом, респондент способен распределять и оптимизировать время, затрачиваемое на получение информации.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от + 10 до + 30, это характеризует респондента как потребителя медиаинформации с высоким уровнем волевого самоконтроля. Респондент способен чётко ставить цели при поиске и обработке информации и продуктивно достигать ее с минимальными затратами времени и материальных ресурсов. Эмо-

циональные реакции респондента на медиaproстранство характеризуются высокой мобильностью, гибкостью, а познавательная активность ориентацией на решение наиболее актуальных задач. Потребление медиаинформации в большинстве случаев носит целенаправленный, осознанный характер. В некоторых случаях респондент склонен к излишнему контролю информационных потоков в своём ближайшем окружении. В тоже время чрезмерный уровень волевого контроля позволяет ему решать поисково-информационные задачи в условиях требующих оперативного освоения больших объёмов информации, новых способов и средств их обработки.

Шкала РКМ (рефлексивная критичность медиапотребления)

Номера утверждений	Количество баллов				
	да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	нет
1, 3, 5, 7, 13, 21, 26, 27, 28, 32, 37, 45	2	1	0	-2	1
33, 51, 59	2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале РКМ:

– если набранная сумма находится в интервале от – **30** до – **10** баллов, это свидетельствует о низком уровне развития у респондента способности к критичному анализу медиаинформации, о его неразборчивости в выборе источников и содержания потребляемой информации. Респондент зачастую не вполне осознаёт необходимость получаемой информации и, следовательно, не вполне дифференцирует информацию по степени достоверности её содержания, продуктивности вложенных в неё идей и целесообразности её использования. У респондента отсутствуют способности к четкой формули-

ровке критериев оценки и отбора той или иной информации и к построению логического плана ее обработки.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от **-10 до +10**, это свидетельствует о среднем уровне сформированности у респондента критичности при восприятии медиаинформации, о наличии у него саморефлексии в отношении объективного значения и личностного смысла воспринимаемой информации. В большинстве случаев испытуемый способен к сравнительному анализу качества сообщений исходящих из медиапространства, и при необходимости использовать имеющийся средства и методы ее обработки для выделения конструктивных идей, новых мыслей и т. д. Вместе с тем при обработке информации респондент не всегда способен достичь желаемого результата с минимальными затратами. Испытуемый характеризует достаточный уровень осознания смысла и содержания искомой и обрабатываемой информации.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от **+10 до +30**, это характеризует респондента как потребителя медиаинформации имеющего достаточно высокий уровень рефлексивной критичности. Респондент способен чётко формулировать критерии оценки и отбора медиасообщений. Он способен быстро улавливать истинное назначение медиасообщений, целевую аудиториюсообразность потребления медиаинформации, критериев полезности воспринимаемой информации. Сознание испытуемого характеризуется присутствием своеобразных фильтров в восприятии и потреблении медиаинформации, высокая продуктивность медиапотребления. В то же время такие респонденты не всегда способны позитивно воспринимать информацию, содержание которой вступает в противоречие с имеющейся у них системой ценностей и взглядов.

Шкала ЭПИ (эффективность поиска информации)

Номера утверждений	Количество баллов				
	да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	нет
12, 17, 23, 34, 36, 39, 41, 47, 57	2	1	0	-2	1
9, 10, 16, 42, 48, 50	2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале ЭПИ:

– если набранная сумма находится в интервале от **-30 до -10** баллов, это свидетельствует о низком уровне развития у респондента знаний, умений и навыков, способствующих продуктивному поиску актуально значимой информации. Респондент не способен отделять нужную, жизненно важную информацию от медиаинформации рекламного характера, включая спам, продакт-плейсмент, контекстную рекламу или рекламу, передаваемую посредством т. н. «молвы». Как следствие, респондент так и не доходит до сбора необходимого и достаточного количества знаний, позволяющих ему сформировать целостную личностную и социокультурную идентичность.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от **-10 до +10**, это свидетельствует о наличии у респондента определенной совокупности знаний, умений и навыков, позволяющих ему ориентироваться в окружающем медиапространстве и выделять среди всех информационных потоков актуально значимую информацию. Респондент достаточно самостоятелен и критичен в выборе способов и путей поиска требуемой информации. Он способен ориентироваться в поисковых системах, в информационных ресурсах сетевых со-

обществ, но порой ему требуется значительное количество времени на поиск и обработку искомых данных.

– если сумма набранных баллов находится в интервале от **+10 до + 30**, это характеризует респондента как человека, обладающего высоким уровнем развития умений и навыков поиска информации. Респондент постоянно совершенствует способы нахождения требуемой информации, оптимизирует пути её поиска, усваивая новые более эффективные технологии обработки базы данных. Он целенаправленно формирует систему поисковых технологий, позволяющих легко ориентироваться в окружающих медиапотоках, не тратить лишнее время на поиск нужной информации и не отвлекаться на различного рода медиарекламу.

4.2 Задания студентам для самостоятельной работы:

1. Выявить и проанализировать собственный стиль медиапотребления, используя соответствующие методы исследования по книге: Развитие культуры медиапотребления: социально-психологический анализ // под ред. Малюченко Г. Н. Копового А. С. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2009. – 195 с. – URL: http://mediaeducation.ru/mediacultura/test/test-v1_0.htm
2. Развернуть понятие медиакомпетентности как умения использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах и формах, выделить показатели медиакомпетентности и модель ее формирования через медийную культуру, медийную критику и медийное творчество. Выделить задачи педагога в развитии медиакомпетентности и привести примеры.
3. Разобрать проблему повышения уровня медиаграмотности на примере медиаурока. – URL: https://elibrary.ru/query_results.asp

4. Разработать собственный сценарий медиаурока (см. сюжеты на <http://vk.com/mediacsu>). Обозначить цель медиаурока, его образовательные, воспитательные и развивающие задачи, определить возраст и контингент слушателей, указать методы, средства и формы, предполагаемые результаты, сделать выводы.

4.3 Воспитательный потенциал художественных и мультипликационных фильмов как средств медиаобразования. Герменевтический анализ медиатекста. Медийный образ учителя

Проблемы формирования медиакомпетентности средствами киноискусства изучались такими учеными, как О. А. Баранов, С. Н. Пензин, А. В. Федоров, А. В. Шариков и др. Сам А. В. Шариков в качестве «первооткрывателя» темы медиаобразования в СССР называл В. Стельмаха, одного из советских экспертов ЮНЕСКО в 70-х гг. В Интернет-сообществе были опубликованы слова Папы Римского Иоанна Павла II, который настоятельно рекомендовал смотреть советские мультфильмы, поскольку они несут добро и воспитывают в ребенке сочувствие, заботу о других. Анализ источников показал, что, согласно С. В. Асенину, «основная сила художественного воздействия мультипликации в ее образном строе, который заключается главным образом в выразительности движения, в метафоре и гиперболе, символикe и олицетворении. Для мультипликации характерны иносказание и та масштабная типизация, то сгущение наиболее существенных черт и признаков, которые тесно связаны с многовековым опытом и традициями народного творчества.

Анализ ряда психолого-педагогических и искусствоведческих исследований, а также работ ряда мультипликаторов позволяют утверждать: мультфильм – один из уникальнейших

инструментов формирования образцов поведения, а так же воздействия на личность ребенка, благодаря своему потенциалу этического и эстетического, морально-нравственного, познавательного и эмоционального развития детей. Просмотр мультфильмов в настоящее время стал наиболее распространенным занятием детей, начиная с самого раннего возраста. В XX в. сюжеты фильмов и мультфильмов были добрыми и гуманными, содержали адекватный возрасту и пониманию ребенка материал, который мог быть легко перенесен в сюжеты детских игр, а герои стать достойным образцом для подражания. Художественное использование и музыкальное сопровождение до сих пор вызывает восхищение. В то время как отмечается отсутствие воспитательных задач в американских мультфильмах. Мультфильм, на сегодняшний день, является одним из первых аудиовизуальных образов, через который ребенок начинает свой путь познания мира. И если образ героя из мультфильма никем не опровергается, то он становится примером для подражания для ребенка и определяет его нравственные и культурные ориентиры. В данной ситуации медиаобразование становится одним из способов индивидуальной информационной защиты ребенка. Педагогическое сопровождение просмотров мультфильмов формирует у детей своеобразный защитный фильтр, нравственный стержень, чувство прекрасного, аудиовизуальную культуру.

Основные достоинства мультфильма:

1. Возможность наглядности, видео, изображений (облегчает процесс усвоения ребенком новой информации, мультфильм представляет собой воплощение метафор и аллегорий, с помощью образов можно увидеть мир человеческих взаимоотношений, а значит – способствовать социализации ребенка);

2. Особый художественный прием – смешение фантастического и реального (ребенок обогащает образы для фантазии, развивает воображение, рассуждает, осмысливает);
3. Способность вызывать у ребенка эмоциональный отклик (вызывает переживания стимулирующие мысли, чувства, представления и идеи);
4. Характерные черты мультфильма, отвечающие особенностям восприятия детей (пластическая и цветовая выразительность, яркая образность, музыкальность, лаконичность изложенной мысли, динамичность);
5. Мультфильмы являются способом присвоения знаний об объективных закономерностях и явлениях мира (приближают зрителя к пониманию истины, пробуждают интерес, любознательность);
6. Наличие и качество юмора (отличительная черта детства: смешливость, отзывчивость на шутки);
7. Возможность представления ребенком собственного медиаобразовательного продукта.

Недостатки бесконтрольного просмотра мультфильмов:

1. Свободный доступ к излишней для ребенка информации, который несет за собой психический и физический ущерб здоровью детей дошкольного возраста;
2. Оказывает негативное влияние на формирование и развитие личности, способствует закреплению отрицательных стереотипов поведения и черт характера персонажей;
3. Может привести к информационным и эмоциональным перегрузкам (эмоции пережитые ребенком при просмотре мультфильма часто остаются неосмысленными).

Развивающие и воспитательные функции художественного и мультипликационного кино в процессе медиаобразования:

- Морально-нравственное развитие через сопереживание и приобщение к положительным моральным эталонам или героям как объектам идентификации и образцом подражания. Привести примеры, показать фрагменты фильмов.
- Познавательное развитие через активное запоминание новой информации, концентрацию внимания, понимание связей и отношений между событиями и персонажами, развитие наглядно-образного мышления. Подкрепить примерами.
- Эмоциональное развитие путем проявления различных чувств и переживаний, стимулирующее мысли, чувства и идеи, задающее ценностные ориентиры. Показать на примере фрагмента фильма.
- Эстетическое развитие посредством художественного воздействия образами, понимания выразительности движений, метафор и гипербол, символики и олицетворения, иносказания и типизации.

Педагогические задачи родителей и воспитателей: помочь научиться осознавать свои впечатления от кинофильма, понимать сюжет, развивать критическое отношение к просмотренному фильму через обсуждение, приобщать к высокохудожественным произведениям киноискусства, помочь в выборе качественных, а не только развлекательных американских и других кинофильмов и мультфильмов, не несущих образцов для подражания. Кинематограф как источник аудиавизуальных медиатекстов – эффективное средство влияния на аудиторию, особенно школьную и молодежную, в силу высокой частоты их медийных контактов и возрастных особенностей. Медиатекст включает в себя не только последовательность слов, но и музыку, голос, звуковые эффекты, визуальные образы. По мне-

нию У. Эко, «описание структур произведения оказывается одним из наиболее выигрышных способов выявления связей между произведением и его общественно-историческим контекстом» [Эко, 2005, С. 208]. Мы будем использовать методологии герменевтического анализа медиатекстов, разработанные К. Бэээлгэт [Бэээлгэт, 1995], В. Дж. Поттером [Potter, 2001; 2016] и У. Эко [Эко, 2005, С. 209].

Герменевтический анализ медиатекста

(по А. В. Федорову):

1. Исторический контекст: знание реальных исторических событий, ссылки в фильме на них. Место действия, влияние событий на медиатекст.
2. Структура и приемы повествования.
 - 2.1. Жанровая модификация: драма, комедия, трагедия и др.
 - 2.2. Характерная обстановка, предметы быта, стереотипные приемы изображения действительности, характеров, быта.
 - 2.3. Типология персонажей: возраст, образование, профессия, одежда, лексика, мимика, репрезентация, черты характера.
3. Социокультурный и идеологический контекст: возникшая у персонажей проблема и ее решение, противоречие и столкновение ценностей, их иерархия. Глубина сюжетного повествования: реалистично, стереотипно, нереально, фантастично, иронично и др.
4. Развязка и выводы: что, как и почему повествуется?
5. Реализация образовательной функции произведения и использование его в воспитательном процессе.

Выборка из списка фильмов о школе и детстве

(фильм, страна, год):

1. Доживем до понедельника. СССР, 1968.
2. Переходный возраст. СССР, 1968.

3. Внимание, черепаха! СССР, 1970.
4. Сто дней после детства. СССР, 1975.
5. Ключ без права передачи. СССР, 1976.
6. Чужие письма. СССР, 1975.
7. Подранки. СССР, 1976.
8. Два капитана. СССР, 1976.
9. Розыгрыш. СССР, 1976.
10. Тимур и его команда. СССР, 1976.
11. Расписание на послезавтра, СССР, 1978.
12. Уроки французского. СССР, 1978.
13. В моей смерти прошу винить Клаву К., СССР, 1979.
14. Приключения Электроника. СССР, 1979.
15. Удивительные приключения Дениса Кораблева. СССР, 1979.
16. Вам и не снилось. СССР, 1980.
17. Пацаны. СССР, 1983.
18. Чучело. СССР, 1983.
19. Гости из будущего. СССР, 1984.
20. Третий в пятом ряду. СССР, 1984.
21. Игры для детей школьного возраста. СССР, 1985.
22. Перевод с английского. СССР, 1972.
23. Точка, точка, запятая. СССР, 1972.
24. Чудак из пятого «Б». СССР, 1972.
25. Не болит голова у дятла. СССР, 1974.
26. Весенние перевертыши. СССР, 1974.
27. Последнее лето детства. СССР, 1974.
28. Плюмбум или опасная игра. СССР, 1986.
29. Завтра была война. СССР, 1987.
30. Дорогая Елена Сергеевна. СССР, 1988.
31. Это было у моря. СССР, 1990.
32. Какая чудная игра. Россия, 1995.
33. Географ глобус пропил. Россия, 2013.

34. Класс коррекции. Россия, 2014.
35. Училка. Россия, 2015.
36. Последнее испытание. Россия, 2018.

Медийная трактовка образа учителя

Медийная трактовка образа учителя: начиная с конца 1980-х гг. на отечественном экране ощутимо существенное понижение социального и морального статуса учителя [Федоров, 2019, про кинематограф]. Подкрепить примерами из фильмов.

Можно оценить собственный уровень медийного восприятия (по Бондаренко Е. В.) на примере просмотра фрагментов или какого-либо фильма:

- 1) бытовой уровень восприятия (ограничен бытовыми мотивировками сюжета, характеров персонажей);
- 2) уровень социума (даются более глубокие характеристики персонажей и психологические мотивировки поступков);
- 3) уровень художественного образа (подробная характеристика экранного образа, его составляющих, экранное зрелище как вид текста – выделение смысловых единиц повествования, характеристика их взаимодействия);
- 4) уровень понимания авторской концепции (умение делать выводы о том, какую идею хотел выразить автор, исходя из конкретной системы художественной образности данного произведения);
- 5) уровень возникновения собственной концепции (собственных умозаключений) по поводу затрагиваемой автором проблемы и полемического диалога с авторской концепцией произведения.

Можно потренироваться в развитии медиакритики посредством применяемого в нарративной этике анализа повествования: 1) анализ модели и практики повествования: «Что и как повествуется? О чем идет речь и в какой форме происхо-

дит повествование?»; 2) анализ морали повествования: «Почему повествуется? О каких ценностях идет речь (выделить и перечислить) и какая дилемма (противоречие) сталкивает разнонаправленные ценности? Как автор желает этого достичь?» Рассмотреть на примере фильмов: «Общество мертвых поэтов» (США, 1989 г.); «Доживем до понедельника» (СССР, 1968 г.); «Училка» (Россия, 2016 г.) и др.

4.4 Итоговые тесты по курсу

1. Тест для проверки знаний:

1. Информационное общество – это:
 - а) совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи информации,
 - б) Новая социокультурная среда, сформированная под воздействием информационных технологий,
 - в) общественное объединение, целью которого является информирование населения.
2. Деятельностный процесс развития и саморазвития личности с помощью и на материале СМИ – это ...
 - а) медиакомпетентность,
 - б) медиакультура,
 - в) медиаобразование,
 - г) медийное творчество.
3. Чем может ограничиваться интерпретация информации личностью?
 - а) уровнем развития её культуры,
 - б) временными затратами,
 - в) наличием доступа к различным источникам.
4. Верно ли определение медиакомпетентности: «Медиакомпетентность понимается как способность использовать медиа в личных целях и без посторонней помощи, понимать и кри-

тически оценивать медиа, передавать, создавать и распространять медиатексты»?

- а) верно
 - б) частично верно
 - в) неверно
5. Медиакомпетентность как результат медиаобразования и проблемы подготовки будущих медиа-педагогов формулирует:
- а) Н.И Гендина,
 - б) А.В Фёдоров,
 - в) И.В Жилавская.
6. Что входит в модель обучения медиаграмотности:
- а) медиакомпетентность, информационное образование, медийная эстетика,
 - б) информационная культура, медийная этика, культурное образование,
 - в) медийная культура, медийная критика, медийное творчество.
7. В чем заключается воспитательная задача совершенствования волевой сферы студентов в процессе воспитания и обучения в вузе?
- а) адекватно оценивать ценностно-смысловую нагрузку медиапродуктов, информационных сообщений.
 - б) полностью или частично блокировать информацию, провоцирующую аффективные реакции
 - в) активно формировать и поддерживать наиболее полезную для адаптации информационную среду.
8. Сколько показателей развития медиакомпетентности выделяет А.В.Федоров?
- а) 3
 - б) 4
 - в) 7

9) Что относится к перцептивному показателю медиакомпетентности?

- а) знание процесса массовой коммуникации;
- б) умение интерпретировать анализировать медиатексты;
- в) способность к восприятию медиатекстов.

10) Теория безопасности медиаобразования ставит своей главной целью:

- а) защитить учащихся от манипулятивного воздействия, научить их ориентироваться в информационном потоке;
- б) помочь учащимся извлекать из медиа максимум пользы;
- в) помочь учащимся понять основные законы и язык художественного спектра медиаинформации, развить эстетическое восприятие и вкус, способности к квалифицированному анализу художественных медиатекстов.

2. Итоговый тест по основам медиапедагогике

1. Медиа – это:

- а. все ответы верны;
- б. разного рода средства создания, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее;
- в. технические средства создания, записи, копирования, тиражирования информации;
- г. средства массовой коммуникации.

2. Медиаобразование – это:

- а. обучение различным формам самовыражения при помощи медиатехники;
- б. медиаобразование – это обучение теории, истории и практическим умениям овладения современными средствами массовой коммуникации;
- в. медиаобразование – это внедрение новых технологий получения информации и ее использование;

- г. процесс образования и развития личности на материале средств массовой коммуникации с целью формирования культуры общения с медиа, коммуникативных способностей, критического мышления, умений анализа и оценки медиатекстов;
- д. процесс саморазвития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа).
3. Медиакомпетентность – это:
- а. приобщение к информационной культуре;
 - б. результат личностно-субъектных обретений студента в процессе формального и неформального обучения, характеризующий индивидуальную готовность личности к обращению с медиа;
 - в. способность использовать медиа в личных целях и без посторонней помощи, понимать и критически оценивать различные аспекты медиа, передавать, создавать и распространять медиатексты;
 - г. все ответы верны.
4. Результаты формирования медиакомпетентности:
- а. знание основ медийной культуры (т. е. знание и понимание социокультурных, политических и экономических смыслов и подтекстов медиатекстов);
 - б. владение компьютерными технологиями;
 - в. знания и умения в области медийной критики;
 - г. участие в сфере медийного творчества (умение самостоятельно создавать медиатексты и самовыражаться с помощью современных инфокоммуникационных технологий);
 - д. все ответы верны;
 - е. знание компьютера и программ.

5. Умения медийной критики – это:
- а. коммуникативные способностей личности в широком смысле этого слова;
 - б. умения идентифицировать и интерпретировать медиатексты;
 - в. все ответы верны.
 - г. оценка и анализ медиатекстов;
 - д. умения и навыки «декодирования» медиатекстов
6. Компоненты медиакомпетентности:
- а. информация, культура, личностное развитие, медиатворчество;
 - б. деятельностный, оценочный, практический, критический, творческий, познавательный;
 - в. мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный, практико-операционный, креативный.
3. Для проверки полноты усвоения материала по всему курсу можно дополнительно использовать все тесты к предыдущим трём главам по курсу Основы медиапедагогике.

Список литературы

1. Актуальные вопросы теории и практики медиаобразования в педагогической сфере // Сб. трудов международного форума «Медиаобразование в педагогической сфере: опыт и новые подходы к управлению». – Москва, 16-17 марта 2017 г. // под ред. Жилавской И.В., Фатеевой И.А. – М.:МПГУ, 2017. – 459 с. – URL: https://elibrary.ru/query_results.asp
2. Аругтюнян, А.Ю. Медиаобразование – введение в медиакультуру // Гуманизация образования. – 2014. – № 1. – С. 21–25. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-vvedenie-v-mediakulturu>
3. Баранов, О. А. Фильм в воспитательной работе с молодежью: учеб. пособие / О. А. Баранов, С. Н. Пензин. – Тверь, 2005. – 189 с.
4. Гендина, Н.И. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство (результаты российских исследований) // Школьная библиотека. – 2005 – № 3. – С. 18–24.
5. Гудилина, С.И. Профессиональное и массовое медиаобразование. – СПб: Изд-во Михайлова, 2004. – 240с.
6. Журин, А.А. Включение внешкольной информации в контекст базового образования // Медиаобразование: сайт. – URL: <http://www.mediaeducation.ru/publ/jurin2.shtml>
7. Журин, А.А. Интеграция медиаобразования с курсом химии средней общеобразовательной школы / А.А. Журин // Медиаобразование. – 2005. – № 1. – С. 29–51.
8. Иньякин, Ю.С., Горский, В.А. От информационной культуры к культуре личности // Дополнительное образование. – 2000. – № 10.

9. Кашперский, В.И. Информация // Современный философский словарь. – Лондон, Франкфурт на Майне, Париж, Москва, Минск, 1998. – С. 359.
10. Коновалова, Н.А. Развитие медиакультуры студентов педагогического вуза: автореферат дис. ... кандидата педагогических наук: 13.00.01, 13.00.08; Вологод. гос. пед. ун-т. – Вологда, 2004. – 20 с.
11. Медиаобразование в России: проблемы и перспективы: матер. первой Всерос. интернет-конференции Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России // Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании». – URL: <http://www.ict.edu.ru/ft/0041100/mediaedu.pdf>
12. Медиаобразовательная модель Л.Мастермана // Портал Изба-Читальня. – URL: <https://uchebnikfree.com/knigi-mediapsihologiya/mediaobrazovatel'naya-model-lmastermana-14246.html>
13. Миндеева, С.В. Медиаобразование: к проблеме систематизации научной терминологии // Вестник Томского государственного университета. – 2013. – № 367. – С. 154–157. – URL: <http://sun.tsu.ru/mmminfo/000063105/367/image/367-154.pdf>.
14. Морозова, А.А. Роль медиаобразовательных проектов в подготовке школьников к жизни в информатизированном социуме XXI века // Знак: проблемное поле медиаобразования. – Челябинск, 2012. – № 2 (10). – С. 6–9.
15. Немирич, А.А. Дошкольники и современное мультипликационное кино: проблемы и пути их решения // Дошкольная педагогика. – 2012. – № 2. – С. 9–11.
16. Развитие культуры медиапотребления: социально-психологический анализ // под ред. Малюченко Г.Н., Копового, А.С. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2009. – 195 с. – URL: http://mediaeducation.ru/mediacultura/test/test-v1_0.htm

17. Синецкий, С.Б. Проблематика медиаобразования: взгляд со стороны // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2013. – Вып. 81. № 22 (313). – С. 166–170.
18. Троянская, С.Л. Основы компетентного подхода в высшем образовании: учебное пособие. – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2016. – 174 с. – URL: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/14088>.
19. Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. – 270 с.
20. Федоров, А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям // Инновации в образовании». – 2007. – № 10. – С. 75–108.
21. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во «Кучма», 2004. – 340 с.
22. Федоров, А.В. Медиаобразование: История, теория и методика. – Ростов н/Д: Изд-во ЦВВР, 2001. – 708 с.
23. Федоров, А.В. Медиаобразование: творческие задания для студентов и школьников // Инновации в образовании. – 2006. № 4. – С. 18–29.
24. Федоров, А.В. Специфика медиаобразования студентов педагогических вузов // Педагогика. – 2004. – № 4. – С. 28–32.
25. Федоров, А. В.и др. Школа и вуз в зеркале западного и отечественного кинематографа. – М.: МОО «Информация для всех», 2019. – 398 с.
26. Чельшева, И.В. Игровые технологии в медиаобразовании дошкольников // CredeExperto: транспорт, общество, образование, язык. – 2014. – № 2. – URL: <http://ce.ifmstuca.ru/index.php/2015-2>.

27. Шариков, А.В. Так что же такое медиаобразование? / А. В. Шариков // Медиаобразование. – 2005. – № 2. – С. 75–81.
28. Treumann, K.P., Sander, U., Meister, D. Medienhandeln Jugendlicher. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007. – 808s.
29. European Parliament Resolution of 16 December 2008 on Media Literacy in a Digital World – URL: <http://europarl.europa.eu/sides/>

Интернет ресурсы

30. Медиаобразование: сообщество ВКонтакте – URL: <http://vk.com/mediacsu>
31. URL: https://elibrary.ru/query_results.asp
32. URL: <http://europarl.europa.eu/sides/>
33. Как школьники в России могут изучать медиа? // О культуре медиа и школьников – URL: <http://schoolkidmedia.tilda.ws/>
34. URL: <http://edu.of.ru/mediaeducation/>

ПРИЛОЖЕНИЕ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ПЕДАГОГИКИ, ПСИХОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра педагогики и педагогической психологии

Рабочая программа по дисциплине

Б1. О. 07. 04. ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ПЕ- ДАГОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Проект

Направление подготовки: бакалавриат

44.03.02. Психолого-педагогическое образование

Профиль подготовки

44.03.02.02 Психология и социальная педагогика

Квалификация выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Ижевск, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Стр.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля).....
2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной образовательной программы
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы студентов
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
11. Особенности организации образовательного процесса по дисциплине (модулю) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины **Основы медиаобразования в педагогической сфере** являются формирование медиакомпетентности студентов в единстве личностной и профессиональной «Я-концепции».

Задачи курса:

1. Сформировать систему представлений о медиаобразовании и его значимости;
2. Сформировать и закрепить умения медиаграмотности и медиакомпетентности;
3. Выработать убеждение, что медиакомпетентность – важнейшая способность в современном мире информационных и коммуникационных технологий.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Курс входит в основную часть профессионального цикла ООП бакалавриата по направлению подготовки: психолого-педагогическое образование 44.03.02. Курс адресован бакалаврам третьего года обучения по профилю подготовки бакалавров психология и социальная педагогика.

Для успешного освоения курса должны быть сформированы компетенции: УК-1, УК-2, УК-6. Успешное освоение дисциплины позволяет перейти к изучению ряда последующих по плану дисциплин, предусмотренных стандартом.

Программа курса построена линейно-хронологически. Курс имеет практическую часть в виде практических семинарских занятий.

Р.С. Зеленым цветом выделены фрагменты текста программы, ориентированные на цифровизацию образования и внедрение цифровых образовательных ресурсов в учебный процесс.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Курс способствует формированию следующих компетенций: ОПК-2: способен участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий).

ОПК-2.1. **Знает** историю, закономерности и принципы построения и функционирования образовательных систем, роль и место образования в жизни личности и общества; основы дидактики, основные принципы деятельностного подхода, виды и приемы современных образовательных технологий; пути достижения образовательных результатов в области ИКТ.

ОПК-2.1. **Знать** электронные образовательные ресурсы:

- Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/>;
- Министерство просвещения Российской Федерации – URL: <https://edu.gov.ru/>

Цифровые образовательные ресурсы:

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – URL: <http://window.edu.ru>;
- Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов – URL: <http://school-collection.edu.ru>;
- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – URL: <http://fcior.edu.ru>;
- Электронный архив научно-популярных журналов – URL: <http://library.controlchaostech.com/bel/>

ОПК-2.2. **Умеет** классифицировать образовательные системы и образовательные технологии; разрабатывать и применять отдельные компоненты основных и дополнительных образовательных программ в реальной и виртуальной образовательной среде. **Уметь использовать интернет-браузеры, образовательные платформы LMS MOODLE, Лекториум, Универсариум и др. для просмотра, поиска, хранения и извлечения информации, программы Google Forms, Power Point, Canva для подготовки презентаций, использовать облачные сервисы Google Диск, Яндекс Диск.**

ОПК-2.3. **Владеет** приемами разработки и реализации программ учебных дисциплин в рамках основной или дополнительной общеобразовательной программы; средствами формирования умений, связанных с информационно-коммуникационными технологиями; действиями реализации ИКТ на уровне пользователя, на общепедагогическом уровне, на уровне, отражающем профессиональную ИКТ-компетентность соответствующей области человеческой деятельности. **Овладеть** приемами синхронного обучения в дистанте с использованием платформ Zoom, Jitsi Meet, Skype.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет две зачетные единицы, 72 академических часа (лекций – 8 ч.; практических занятий – 26 ч.; контактная работа 38,2 ч., консультации и зачет 4,2 ч.; самостоятельная работа – 40 ч.).

5. Структура и содержание дисциплины по видам учебной работы, соотношение тем и формируемых компетенций

№ п/п	Разделы, темы лекций по дисциплине	Виды учебной работы (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости	Компетенции
		Л.	Пр.	Сам. раб.		
1.	<p><i>Тема 1. Введение в курс Актуальность медиаобразования, его методология и основные понятия.</i></p> <p>Теоретико-методологические основы. Информатизация и информатизационное общество. Понятие о медиа и медиаобразовании. Медиаграмотность школьников и студентов как педагогическая проблема. Медиаобразование в условиях цифровой трансформации.</p> <p><i>Использование образовательной платформы университета LMS Moodle.</i></p>	2	2	5	<p>Глоссарий, презентации по теме</p> <p>опросники</p> <p>на образовательной платформе LMS-MOODLE</p>	ОПК 2

2.	<p>Тема 2. Цели, содержание и формы медиаобразования. Цели медиаобразования, их значимость, ранжирование. Медиапарки как средство медиаобразования. Фейки, их признаки, опознавания и способы реагирования. Манипуляции в СМИ, способы распознавания. Использование видеофрагментов из интернета, презентаций в Power Point.</p>	2	4	5	<p>Презентации студентов по теме представление результатов как презентаций в Power Point, GoogleForms, Canva.com Практикоориентированные задания по темам семинаров, например: анализ умений медиаграмотности.</p>	ОПК 2
3.	<p>Тема 3. Медиабезопасность обучающихся. Медиа как тотальная неизбежность. Положительные и отрицательные стороны интернета. Информационная культура и безопасность. Правила безопасного поведения в сети и мессенджерах для детей разного возраста и задачи педагога. <u>Правовые документы по цифровой и медиа безопасности детей.</u></p>	1	4	5	<p>Презентации студентов по теме Обработка и представление результатов в Google Forms, Canva.com, использование программы Mentimeter.</p>	ОПК 2

	<p>Использование электронных образовательных ресурсов: Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации – URL: https://minobrnauki.gov.ru/; Министерство просвещения Российской Федерации – URL: https://edu.gov.ru/.</p>				
<p>4.</p>	<p>Тема 4. Формирование медиакомпетентности обучающихся. Медиакомпетентность как результат образования. Структура медиакомпетентности. Стили медиапотребления. Задачи педагога в развитии медиакомпетентности. ИКТ компетентности педагогических работников, регламентированные профессиональными стандартами. Использование электронных образовательных ресурсов: Федеральный портал Российское образование" – http://www.edu.ru</p>	<p>1</p>	<p>4</p>	<p>5</p>	<p>Презентации студентов по теме Презентации в Power Point, Canva и др., элементы игрофикации цифровой платформы Игро N-сервис (psygame-service.online) ОПК-2</p>

5.	<p>Тема 5. Воспитательный потенциал художественных и мультимедийных фильмов как средств медиаобразования.</p> <p>Герменевтический анализ медиатекста. Медийный образ учителя. Использование видеофрагментов, эмпатические видео You Tube 360, онлайн сервисов Migo, Kahoot!</p>	1	4	5	<p>Проверка герменевтического анализа медиатекста эмпатические видео You Tube 360, видеофрагменты.</p>	ОПК-2
6.	<p>Тема 6. Медианедагогический процесс. Разработка и публичная защита медиаурока. Презентации в Power Point, Canva и др., элементы игрофикации цифровой платформы Игро N-сервис (psygame-service.online)</p>	1	8	15	<p>Публичная защита студентом своей разработки медиаурока. Презентации в Power Point, Canva и др.</p>	ОПК-2
	Всего	8	26	40	Зачет	1

Практические занятия

Самостоятельная работа студентов отражена в Заданиях студентам по каждой теме. Выложены в электронном курсе на платформе Удмуртского государственного университета LMS Moodle.

Тема 1. Медиаграмотность школьников и студентов, пути повышения ее уровня

• **Цель семинара:** определение понятия медиаграмотности и осознание необходимости ее совершенствования.

Основные понятия:

- медиаграмотность;
- умения медиаграмотности.

Задания студентам:

Провести анкетирование студентов или школьников по определению уровня развития таких умений медиаграмотности как:

- находить требуемую информацию в различных источниках;
- переводить визуальную информацию в вербальную знаковую систему;
- трансформировать информацию, изменять ее объем, знаковую систему, исходя из особенностей аудитории, для которой она предназначена и т. д., десять умений.
- **Шкала:** 0 баллов – не умею, 1 балл – недостаточно умею; 2 балла – хорошо умею. Подсчитать количество человек, набравших 0,1 или 2 балла и наглядно представить полученные результаты. Работа в мессенджерах WhatsApp, ВКонтакте. Обработка и представление результатов в Google Forms, Canva.com, использование Miro.

Тема 2. Цели медиаобразования

Цель семинара: определение медиаобразования и осознание его актуальности сегодня.

Основные понятия:

- медиапространство;
- медиаобразование;
- цели медиаобразования.

Задания студентам

1. Провести анкетирование студентов по важности целей медиаобразования, присвоив каждому высказыванию место по важности от 1 до 10. Результаты ранжирования представить графически. Цели медиаобразования: 1) развитие способностей к восприятию, пониманию и оценке медиатекстов; 2) подготовка к жизни в демократическом обществе; 3) развитие способностей к критическому мышлению и т. д. **Работа в мессенджерах WA, ВКонтakte. обработка и представление результатов в Google Forms, Canva.com, использование платформы Mentimeter.**

2. Рассмотреть примеры манипуляций в СМИ, выделив их виды. Дискуссия по целям медиаобразования и манипуляциям в СМИ. Обсудить индивидуальные примеры манипуляций. **Использование видеофрагментов, эмпатические видео You Tube 360.**

Тема 3. Медиакомпетентность как условие медиабезопасности личности

Цели семинара:

- Определить понятие медиабезопасности как состояние защищенности жизненно важных интересов субъекта от угроз, исходящих от средств массовой информации и коммуникации.
- Осознать, что медиакомпетентность личности есть необходимое условие ее медиабезопасности.

Основные понятия:

- медиакомпетентность;
- медиабезопасность.

Задания студентам:

1. Определить основные понятия и подкрепить их примерами. Выделить плюсы и минусы интернета. Работа с электронными образовательными и правовыми ресурсами в сети интернет:

- Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/>;
- Министерство просвещения Российской Федерации – URL: <https://edu.gov.ru/>.

Цифровые образовательные ресурсы:

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – URL: <http://window.edu.ru>.

2. Выделить задачи педагога в развитии медиакомпетентности и привести примеры.

3. Выявить и проанализировать собственный стиль медиапотребления, используя соответствующие методы исследования: Развитие культуры медиапотребления: социально-психологический анализ // под ред. Малюченко Г.Н. Копового, А.С. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2009. – 195 с. – URL: http://mediaeducation.ru/mediacultura/test/test-v1_0.htm

Тема 4. Воспитательный потенциал художественных и мультипликационных фильмов как средств медиаобразования

Цель семинара:

- Осознать развивающие и воспитательные функции художественного и мультипликационного кино в процессе медиаобразования.

- Развивать критическое мышление и выбор.

Задания студентам:

1. Рассмотреть функции художественных и мультипликационных фильмов:

- Морально-нравственное развитие через сопереживание и приобщение к положительным моральным эталонам или героям как объектам идентификации и образцом подражания. Привести примеры, **показать фрагменты фильмов.**
- Познавательное развитие через активное запоминание новой информации, концентрацию внимания, понимание связей и отношений между событиями и персонажами, развитие наглядно-образного мышления. **Подкрепить видеопримерами.**
- Эмоциональное развитие путем проявления различных чувств и переживаний, стимулирующее мысли, чувства и идеи, задающее ценностные ориентиры. Показать на примере фрагмента фильма. **Приветствуется использование Kahoot!, Mentimeter.**
- Эстетическое развитие посредством художественного воздействия образами, понимания выразительности движений, метафор и гипербол, символики и олицетворения, иносказания и типизации. Показать на примере фрагмента фильма. **Возможен авторинг – аннотирование видеороликов в программе по ссылке <https://edpuzzle.com>**

2. Обозначить педагогические задачи родителей и воспитателей: помочь научиться осознавать свои впечатления от кинофильма, понимать сюжет, развить критическое отношение к просмотренному фильму через обсуждение, написать или высказать свое мнение. Приобщать к высокохудожественным произведениям киноискусства. **Работа с онлайн-доской Google Jamboard Display, возможна групповая работа в Miro, Mentimeter, Kahoot!**

6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов.

Структура СРС

Код формируемой компетенции	Раздел, темы практикума	Вид	Форма	Объем уч. работы, часов	Учебно-методические материалы
ОПК-2	Тема 1 Введение в курс, основные категории. Тема 2. Цели и содержание медиаобразования.	Проведение анкетирования, выполнение заданий к семинару 15 и 16.	СРС без участия преподавателя. КСР-контроль и проверка самостоятельной работы.	10	Троянская С.Л., Сираева М.Н. Семинарские занятия по педагогике: учеб.-метод. пособие. – Ижевск: УдГУ, 2019. Работа студентов в системе электронного обучения УдГУ по этому курсу: http://:distedu.ru/course/view.php?id=2206
ОПК-2	Тема 3, 4 Медиабезопасность обучающихся. Медиаграмотность школьников и студентов.	Проведение шкалирования по теме 16, разработка и проведение занятия, тема 17.	СРС, КСР Подготовка и реализация подготовленной презентации	10	Троянская С.Л., Сираева М.Н. Семинарские занятия по педагогике: учеб.-метод. пособие. – Ижевск: УдГУ, 2019.

					<p>Работа студентов в системе электронного обучения УдГУ по этому курсу: http://distedu.ru/course/view.php?id=2206</p>
<p>ОПК-2</p>	<p>Тема 5 и 6 Медиатедагогический процесс. Разработка и личная защита медиаурока. Формирование медиакомпетентности обучающихся.</p>	<p>Тестирование, просмотр фильмов, их анализ по предложенным схемам, указанных в семинаре 18.</p>	<p>СРС Подготовка медиаурока</p>	<p>22</p>	<p>Троянская С.Л., Сираева М.Н. Семинарские занятия по педагогике: учеб.-метод. пособие. – Ижевск: УдГУ, 2019. Работа студентов в системе электронного обучения УдГУ по этому курсу: http://distedu.ru/course/view.php?id=2206</p>

7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценка качества освоения дисциплины включает текущий контроль успеваемости, промежуточный контроль в виде зачета.

Текущий контроль проводится на семинарских занятиях при оценивании подготовки студентов к ним и включает в себя следующие показатели: степень разработанности темы, умения наблюдать и видеть, подбирать примеры, решать задачи и выполнять задания. Важным является осознание гуманистических принципов как основы навыков профессионального педагогического общения. Зачитывается работа студента в течение всего семестра по предмету, его активность, оценки за выступления, презентацию самостоятельных разработки, результаты тестов и шкал. Основой для определения оценки на зачете служит уровень знаний и умений студентов по основным темам курса, а также степень понимания специфики изучаемых проблем и их практической реализации. Для определения уровня сформированности компетенции(-й) предлагаются следующие критерии оценки:

«зачет» – студент имеет представление о сущности и содержании медиакомпетентности, ее структуре и особенностях:

- знает основные проблемы медиаобразования, задачи формирования медиакомпетентности, ее структуру, обладает навыками развития критического мышления, умеет самостоятельно создавать медиатексты, разработать и защитить медиаурок;
- умеет пользоваться разными информационными источниками для расширения знания, противостоять агрессивному воздействию медиасреды. Владеет опытом применять теоретические знания в осмыслении и решении проблем медиаобразовательной педагогической практики.

«незачет» – студент не знает основные проблемы медиаобразования, задачи формирования медиакомпетентности, ее структуру.

– не умеет пользоваться разными информационными источниками для расширения знания, не подготовил медиаурок.

Данные контрольно-оценочные технологии обеспечивают положительную учебную мотивацию студентов, теоретическое и практическое освоение курса, формирование необходимых компетенций.

8. Список основной и дополнительной литературы

8.1. Основная литература

1. Троянская, С.Л. Основы компетентностного подхода в высшем образовании: учебное пособие. – Ижевск: изд. центр «Удмуртский университет», 2016. – 176 с. – <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/14088>.
2. Троянская, С.Л., Сираева, М.Н. Семинарские занятия по педагогике: учеб.-метод. пособие. – Ижевск: УдГУ, 2019. – URL: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/15188>.
3. Панюкова, С.В. Цифровые инструменты и сервисы в работе педагога: учеб.-метод. пособие. – М.: изд-во «Про-Пресс», 2020. – 33 с.

8.2. Дополнительная литература

1. Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т. – 2007. – 270 с.
2. Федоров, А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям // *Инновации в образовании*. – 2007. – № 10. – С. 75–108.
3. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во «Кучма», 2004. – 340 с.

4. Чельшева, И.В. Игровые технологии в медиаобразовании дошкольников // CredeExperto: транспорт, общество, образование, язык. – 2018. – № 2. – URL: <http://ce.ifmstuca.ru/index.ppx/2015-2>.
5. Медиаобразование в России: проблемы и перспективы: матер. Первой Всерос. интернет-конф. Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России // Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании». – URL: <http://www.ict.edu.ru/ft/0041100/mediaedu.pdf>
6. Морозова, А.А. Роль медиаобразовательных проектов в подготовке школьников к жизни в информатизированном социуме XXI века // Знак: проблемное поле медиаобразования. – Челябинск, 2012. – № 2 (10). – С. 6–9.
7. Немирич, А.А. Дошкольники и современное мультипликационное кино: проблемы и пути их решения // Дошкольная педагогика. – 2016. – № 2. – С. 9–11.
8. Развитие культуры медиапотребления: социально-психологический анализ // под ред. Малюченко Г.Н., Копового А.С. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2009. – 195 с. – URL: http://mediaeducation.ru/mediacultura/test/test-v1_0.htm
9. Миндеева, С.В. Медиаобразование: к проблеме систематизации научной терминологии // Вестник Томского государственного университета. – 2018. – № 367. – С. 154–157. – URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/367/image/367-154.pdf>.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Система электронного обучения УдГУ – URL: <http://e-learning.udsu.ru/>
2. Единый портал Интернет-тестирования в системе образования – URL: <http://www.i-exam.ru/>

3. Федеральная информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – URL: <http://window.edu.ru/>
4. Единый информационный портал (научная электронная библиотека) – URL: <http://elibrary.ru/>

8.4. Электронно-библиотечные системы (ЭБС), которые могут быть использованы в учебном процессе

1. Электронная библиотека «Юрайт» – URL: <https://biblio-online.ru/>
2. Электронно-библиотечная система – URL: «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
3. Удмуртская научно-образовательная электронная библиотека – URL: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/>
4. Российская государственная библиотека – URL: <https://dvs.rsl.ru>
5. Коллекция журналов и периодических изданий с полнотекстовым доступом Учебно-научной библиотеки им. В.А. Журавлева – URL: <http://lib.udsu.ru/index.php?mdl=ppi>

9. Методические указания для обучающихся

Студенты готовятся дома к текущим семинарским занятиям, просматривая конспекты_учебники, выполняя методические указания и задания к каждому практическому занятию по темам курса. При контроле учитывается наличие:

- профессиональной педагогической позиции студента;
- диалога с аудиторией слушателей;
- информационных навыков, умений публичного выступления;
- содержательности подготовленного медиазанятия.

Студенты самостоятельно внеаудиторно отрабатывают умения и навыки, предусмотренные целями курса, выполняют индивидуальные задания по темам семинаров курса.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитории для проведения занятий, должны соответствовать всем необходимым нормам организации труда и учебной деятельности, закрепленным законодательными актами РФ, куда входят: освещенность, баланс температурного режима, баланс шума, меблировка, гигиеничность.

Для проведения занятий различных типов, в зависимости от специфики дисциплины, как правило, требуется (*по выбору преподавателя*, исходя из целей занятия и указанного в учебном плане вида контактной работы):

1. Для проведения занятий *лекционного* типа – парты и стулья, доска меловая/магнитно-маркерная, мел/маркеры, проектор, ноутбук/компьютер, наличие необходимого программного обеспечения (Windows, MS Office – Word, Excel, Power Point, пакеты для обработки статистических данных Statistica, SPSS).

2. Для проведения практических занятий *семинарского* типа – парты и стулья, доска меловая/магнитно-маркерная, мел/маркеры, проектор, ноутбук/компьютер, наличие необходимого программного обеспечения (Windows, MS Office – Word, Excel, Power Point, пакеты для обработки статистических данных Statistica, SPSS).

11. Особенности организации образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Реализация дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Для адаптации программы освоения дисциплины используются следующие методы:

- для лиц с нарушениями слуха используются методы визуализации информации (презентации, использование компьютера для передачи текстовой информации, интерактивная доска, участие сурдолога и др.)

- для лиц с нарушениями зрения используются такие методы, как увеличение текста и картинки (в программах Windows), программы-синтезаторы речи, в том числе в ЭБС, звукозаписывающие устройства (диктофоны), компьютеры с соответствующим программно-аппаратным обеспечением и портативные компьютеризированные устройства.

Для маломобильных групп населения имеется необходимое материально-техническое обеспечение (пандусы, оборудованные санитарные комнаты, кнопки вызова персонала, оборудованные аудитории для лекционных и практических занятий), возможно применение ассистивных технологий и средств.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.), при необходимости выделяется дополнительное время на подготовку и предоставляются необходимые технические средства.

Учебное издание

Троянская Светлана Леонидовна

Основы медиапедагогики
Учебно-методическое пособие

Авторская редакция
Компьютерная верстка Ю.Н. Небрачных

Подписано в печать 30.12.2022. Формат 60x84 1/16.

Усл. печ. л. 7,61. Уч. изд. л. 5,58.

Тираж 17 экз. Заказ № 2347.

Издательский центр «Удмуртский университет»
426034, Ижевск, ул. Ломоносова, 4Б, каб. 021
Тел. : + 7 (3412) 916-364, E-mail: editorial@udsu.ru

Типография Издательского центра «Удмуртский университет»
426034, Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 2.
Тел. 68-57-18