

УДК 374

DOI 10.21661/r-556729

Беляев Н.А., Руденко И.В.

ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ У ШКОЛЬНИКОВ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: актуальность исследования обусловлена необходимостью формирования у школьников медиаграмотности, медиакомпетентности и медиакультуры, т.е. «мягких навыков» (soft skills) и навыков создания различного медиаконтента. Автор считает, что для развития сферы креативных индустрий (куда входят кинопроизводство, дизайн, СМИ и др.), необходимы специалисты, которых надо готовить в школьном возрасте. Этому может способствовать система дополнительного образования. Цель статьи заключается в обосновании и разработке программы дополнительного образования школьников, направленной на формирование медиакомпетентности. Методы исследования: психолого-педагогический анализ литературы, опытно-экспериментальная работа; анкетирование, проектирование программы. Результаты. Автором разработана диагностическая карта и критерии выявления медиаграмотности и медиакомпетентности у школьников. На основе проведенных методик и обработки результатов по четырем критериям (уровень сформированности: когнитивных, мировоззренческо-личностных, мотивационно-потребностных и деятельностно-поведенческих качеств) выявлен уровень медиаграмотности коллектива школьников МБОУ ДО «Икар» г.о. Тольятти. Автором разработана программа, позволяющая восполнить образовательные дефициты в этом направлении. Выводы. Медиакомпетентность является необходимым навыком для современного школьника среднего и старшего возраста и способствует развитию творческой активности и коммуникабельности. Медиакомпетентность можно сформировать в рамках прохождения программы дополнительного образования по созданию продуктов медиаискусства.

Ключевые слова: медиаграмотность, медиакомпетентность, медиакультура, медиаискусство, медиаконтент, soft skills, творчество, подростки.

Введение

Анализ рынка креативных индустрий в России показал, что на нынешнем этапе развития существует нехватка квалифицированных творческих специалистов и коммерческих творческих проектов, ибо, как говорится в пояснительной записке к законопроекту Министерства культуры РФ о креативных индустриях, «в большинстве экономически развитых стран доля людей, создающих товары или услуги, в которых определяющую роль играют результаты творческого труда, достигла 12–15%, а доля в национальных валовых продуктах – 10–20%; в России же объем креативного предпринимательства не превышает 2,5% ВВП, доля занятых в творческих профессиях – 4,5%» [1]. В целях поддержки проектов в области культуры, искусства и креативных индустрий в 2021 по постановлению президента РФ В.В.Путина был создан Президентский фонд культурных инициатив [2], а Министерством культуры РФ была разработана Концепция развития креативных индустрий [3]. В «Примерную программу воспитания» с 2021 года входит модуль «Школьные медиа» [4]. В связи с этим стала понятна необходимость формирования большой команды молодых профессионалов в сфере медиаискусства для развития городского медиапространства и российского рынка креативных индустрий. Потенциал развития кадров в этом направлении связан с вовлечением школьников к освоению медиатехнологий, формированием у них медиаграмотности, медиакомпетентности и медиакультуры, которые являются тремя уровнями владения информационно-коммуникационными технологиями (медиатехнологиями).

Обратимся к сущности понятий в рамках исследования. Термин «медиаграмотность», по словам педагога-ученого и специалиста по медиаобразованию Федорова А.В., понимается как «совокупность навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах медиа, жанрах и формах» [5].

Медиакомпетенность, пишет Федоров А.В., есть «результат медиаобразования, уровень медиакультуры, обеспечивающий понимание личностью социокультурного, экономического и политического контекста функционирования медиа, что свидетельствует его способности быть носителем и передатчиком медиакультурных вкусов и стандартов, эффективно взаимодействовать с медиапространством, создавать новые элементы медиакультуры современного общества» [6]. Как отмечает кандидат педагогических наук Жижина М.В., медиаграмотность и медиакомпетентность на сегодняшний день важны практически для всех направлений образования, более того, образование в сфере масс-медиа рассматривается как составная часть образования современного человека [7].

Термин «медиакультура» представляет собой совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенную систему их воспроизводства и функционирования в социуме. Доктор культурологии Кириллова Н.В. пишет, что по отношению к аудитории «медиакультура» может выступать «системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа» [8]. Близкими понятиями я этому являются такие как «информационная культура», «видеокультура», «аудиовизуальная культура».

Частью медиакультуры являются, так называемые, «мягкие/гибкие навыки» (англ. – soft skills). Soft skills (гибкие навыки) – комплекс умений общего характера, тесно связанных с личностными качествами; так или иначе важных во всякой профессии. В статье РБК сообщается, то гибкими считаются навыки критического мышления, решения задач, публичного выступления, делового общения, работы в команде, цифрового общения, организации деятельности, на которые также влияют уровень лидерских качеств, знания трудовой этики, дисциплины, чувство ответственности [9]. В ФГОС общего образования нового поколения с сентября 2021 года будет сделан акцент на развитие «мягких» навыков, то есть междисциплинарных и коммуникационных навыков [10]

Результатом владения медиатехнологиями является умение создавать медиапродукты (медиакоммуникации) – медиаконтенты. Медиаконтент, обладающий художественной ценностью, называется «медиаискусством». По мнению российского искусствоведа Егорова А.С., медиаискусство – «вид искусства, произведения которого создаются и представляются с помощью современных информационно-коммуникационных (или медиа-) технологий. Новое медиаискусство относится к произведениям искусства, созданным с использованием новых медиа-технологий, включая цифровое искусство, компьютерную графику, компьютерную анимацию, виртуальное искусство, интернет-искусство, интерактивное искусство, видеоигры, компьютерную робототехнику, 3D-печать и искусство как биотехнологию» [11].

Люди обмениваются своими медиакоммуникациями в виртуальной среде, называемой «медиапространством». По мнению американского исследователя дизайна и медиа Роберта Стултса, медиапространство (то есть пространство, создаваемое электронными средствами коммуникации) – это «электронное окружение, в котором отдельные люди или их группы и другие сообщества могут действовать вместе в одно и то же время. В этом пространстве они могут создавать визуальную и звуковую среду, воздействующую на реальное пространство. В нём они могут, соответственно, производить и контролировать запись и воспроизведение изображения и звука, а также доступ к ним» [12].

На основании актуальности задач, решаемых в рамках образовательной деятельности на основе ФГОСов, для современной молодёжи является важным владение компетенциями в области создания медиаконтентов.

Цель исследования – формирование медиакомпетенций у школьников МБОУ ДО «Икар» в процессе дополнительного образования.

Задачи исследования:

1. Разработка диагностического инструментария для изучения медиакомпетенций у подростков.
2. Изучение уровня сформированности медиакомпетенций школьников МБОУ ДО «Икар» г.о. Тольятти.

3. Создание программы дополнительного образования по формированию медиакомпетенций у школьников для МБОУ ДО «Икар».

Методология

Методы исследования: психолого-педагогический анализ литературы, опытно-экспериментальная работа; анкетирование, проектирование программы.

Исследования проходили на базе МБОУ ДО «Икар» в рамках дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы технической направленности «Информбюро ICAR» среди детей в возрасте 12–17 лет. Были использованы следующие диагностические методики: «Анкета по медиаграмотности» (Беляев Н.А.), «Статья по молодёжной политике» (Беляев Н.А.), «Мой первый видеорепортаж» (Беляев Н.А.), «Мой первый короткометражный фильм».

Чтобы выявить у школьников среднего и старшего возраста уровень владения медиатехнологиями, сначала потребовалось провести вводные занятия по журналистике и кинорежиссуре, основанные на учебных материалах таких специалистов, как Баженова Л.М., Бондаренко Е.А. и Ильичев С.И [13; 14; 15], на которых были даны базовые знания по созданию медиаконтента и выявлены лидеры (готовые активно взяться за обучения или уже обладающие достаточным количеством знаний и навыков). Затем был проведен медиа-форум, на котором подростки смогли показать свой уровень знаний и навыков по созданию медиаконтента. В процессе исследования использовались данные анкетирования по самоанализу собственных знаний и навыков школьников.

Результаты

Обратимся к опытно-экспериментальной работе, началом которой стало составление диагностической карты эксперимента (таблица 1) по рекомендациям доктора педагогических наук Руденко И.В. [16]. Медиакомпетентность подростков изучалась как совокупность наличия критериев: когнитивного, мировоззренческо-личностного, мотивационно-потребностного, деятельностно-поведенческого. Каждый критерий предполагал наличие показателей. В приведённой таблице 1 представлены показатели и методики их диагностирования.

Диагностическая карта исследования

<i>Критерии</i>	<i>Показатели</i>	<i>Методы исследования</i>
Когнитивный	<ul style="list-style-type: none"> - Знания о том, как устроено медиапроизводство - Понимание основ создания медиаконтента - Осознают свои знания и способности по созданию медиапродуктов 	Методика №1 «Анкета по медиаграмотности» (Беляев Н.А.)
Мировоззренческо-личностный	<ul style="list-style-type: none"> - Патриотическое отношение к родному краю - Ответственное отношение к своей команде и к работе - Адекватное и объективное восприятие реальности 	Методика №2 «Статья по молодёжной политике» (Беляев Н.А.)
Мотивационно-потребностный	<ul style="list-style-type: none"> - Активная мотивация к творческой деятельности - Самостоятельность при решении учебно-творческих задач - Развитое трудолюбие 	Методика №3 «Мой первый видеорепортаж» (Беляев Н.А.)
Деятельностно-поведенческий	<ul style="list-style-type: none"> - Умение придумывать идеи, решать творческие задачи, создавать медиаконтент - Умение презентовать и распространять результаты своего труда - Умение анализировать информацию, оценивать результаты своего и чужого творчества 	Методика №4 «Мой первый короткометражный фильм»

В результате исследований было выявлено, что многие представители молодого поколения в целом весьма хорошо ориентируется в современных технологиях и коммуникациях, знают, как устроено медиапроизводство, понимают основы создания медиаконтента, осознают свои знания и способности по созданию медиапродуктов. На этих данных и основывается утверждение, что школьники обладают медиаграмотностью общим уровнем выше среднего (таблица 2).

Таблица 2

Уровень сформированности когнитивных качеств

Уровни сформированности когнитивных качеств	Количественные результаты
Высокий	15%
Средний	73%
Низкий	12%

В следующем критерии – уровень сформированности мировоззренческо-личностных качеств (таблица 3) – количественное распределение между уровнями уже заметнее, т.к. мировоззренческо-личностные качества в основном формируются семьей и окружением, а окружение у всех различается: где-то люди более культурные и образованные, где-то менее. Поэтому далеко не все подростки патриотично относятся к родному краю (многие хотят уехать, считая, что Тольятти – это бесперспективный и «серый» город) и ответственно относятся к окружающему обществу (порой ведут себя не очень воспитанно, могут не откликаться на просьбы, несерьезно относятся к жизни и к делам), тем не менее у большинства молодых восприятие реальности адекватнее и объективнее, чем у многих взрослых.

Таблица 3

Уровень сформированности мировоззренческо-личностных качеств

Уровни сформированности мировоззренческо-личностных качеств	Количественные результаты
Высокий	22%
Средний	55%
Низкий	23%

Как показывает диагностика мотивационно-потребностного критерия, подростки, которые действительно заинтересованы в какой-либо созидательной, творческой, социальной деятельности и активной жизнедеятельности,

представлены небольшой группой (таблица 4). У многих подростков существуют проблемы с воспитанием трудолюбия и усидчивости, ответственного отношения к делу, умения работать в команде, самоорганизации (могут сорганизоваться только под чутким контролем старшего наставника).

Таблица 4

Уровень сформированности мотивационно-потребностных качеств

Уровни сформированности мотивационно-потребностных качеств	Количественные результаты
Высокий	5%
Средний	24%
Низкий	71%

Тем не менее, согласно деятельностно-поведенческому критерию, творческое начало присутствует у многих подростков, только они не всегда его реализуют. Они могут придумывать много идей, и некоторые идеи действительно интересные и креативные, а некоторые – пошлые, глупые, неоригинальные, безвкусные, невыполнимые. И, зачастую, креативные идеи реализовать труднее, т.к. они более насыщенные по содержанию и сложные по исполнению, поэтому до людей добираются чаще простые творческие продукты (их просто больше), хотя не исключено, что в простоте тоже может быть сокрыта гениальность. Придумать оригинальную идею, воплотить ее в качественный творческий медиапродукт и продвинуть его в массы умеют, к сожалению, совсем немногие. И в таблице 5 наглядно показано это.

Таблица 5

Уровень сформированности деятельностно-поведенческих качеств

Уровни сформированности деятельностно-поведенческих качеств	Количественные результаты
Высокий	8%
Средний	37%
Низкий	55%

На основе результатов исследования, а также потребностей и пожеланий учащихся, была разработана программа дополнительного образования, соответствующая рекомендациям Министерства образования [17], по медиаискусству «Информбюро ICAR» с целью повышения уровня медиакультуры (формированию медиакомпетентности), творческой и медийной активности подростков.

Обратимся к содержательной части программы (таблица 6). Реализация программы предполагает формирование у школьников среднего и старшего возраста основополагающих знаний и навыков по созданию и продвижению новостного и художественного медиаконтента, а также развитие «гибких навыков». Подростки научатся находить, анализировать и грамотно применять необходимую информацию, придумывать интересные идеи и сюжеты, презентовать их, создавая презентации кинопроектов и, обучившись основам ораторского мастерства, писать сценарии, рисовать раскадровку, собирать команду единомышленников, работать с актерами, организовывать съемки, режиссировать съемочный процесс, выставлять камеру и снимать красивые и эффектные кадры, правильно монтировать видеоматериалы, пользоваться инструментами Интернет-маркетинга, распространять и продвигать в медиапространстве свой творческий продукт.

По итогам программы у ребят должен родиться их первый настоящий продукт медиаискусства – короткометражный (художественный или документальный) фильм. Работа по программе опирается на две основные формы работы: мини-лекция и мастер-класс. На мини-лекциях будет кратко и ёмко даваться вся необходимая теоретическая информация, а на мастер-классах все полученные знания будут наглядно демонстрироваться и отрабатываться на практике. В результате ребята смогут попробовать себя в роли любых специалистов и научиться создавать контент различных форматов, жанров и стилей.

Учебно-тематический план программы

№. п/п	Название модуля и темы	Количество часов		
		Всего	Теория	Практика
	<i>Модуль 1. Медиа</i>	<i>12</i>	<i>3</i>	<i>9</i>
1	Основы мультимедийной журналистики	4	1	3
2	Основы создания видеорепортажей	4	1	3
3	Интернет-маркетинг	4	1	3
	<i>Модуль 2. Кино</i>	<i>20</i>	<i>5</i>	<i>15</i>
4	Основы кинопроизводства и сценарного мастерства	4	1	3
5	Кинорежиссура и операторское искусство	4	1	3
6	Организация съемочного процесса и съемки	8	2	6
7	Режиссура монтажа и дистрибьюция	4	1	3
	<i>Модуль «Тренды и soft skills»</i>	<i>8</i>	<i>4</i>	<i>4</i>
8	Нетворкинг и софт скиллз	4	2	2
9	Трендвотчинг	4	2	2
	<i>Итого</i>	<i>40</i>	<i>12</i>	<i>28</i>

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Информбюро ICAR» по созданию медиаконтента медиаискусства, на наш взгляд, будет способствовать многостороннему, социальному, техническому и творческому развитию школьника. Как известно, лучший способ чему-то научиться – это попробовать сделать что-либо самому, потому что включенность в создание реального медиаконтента поможет приобрести молодым ребятам самые актуальные и необходимые знания и навыки для самореализации в современном мире информационно-коммуникационных технологий.

Выводы

Таким образом, исследование показало, что проблема формирования медиакомпетентности у подростков является актуальной. В образовательной практике ещё недостаточно наработано методического инструментария для её реализации. Медиакомпетентность предполагает наличие определенного объема теоретических знаний и практических умений, а значит наиболее эффективно будет формироваться в процессе практической деятельности.

Список литературы

1. V Rossii v pervye zakonodatelno zakrepyat ponyatie «kreativnye industrii» [Elektronnyi resurs] // Sostav. 2021. URL: <https://www.sostav.ru/publication/kreativnye-industrii-48926.html>
2. Ukaz Prezidenta RF ot 17 maya 2021 g. №287 «O sozdanii Prezidentskogo fonda kulturnykh initsiativ».
3. Kontsepsiya razvitiya kreativnykh industrii pomozhet rossiyanam monetizirovat ikh talanty [Elektronnyi resurs] // Rossiiskaya Gazeta. 2021. URL: <https://rg.ru/2021/03/04/koncepciia-razvitiia-kreativnyh-industrij-pomozhet-rossiyanam-monetizirovat-ih-talanty.html>
4. Primernaya programma vospitaniya / Institut strategii razvitiya obrazovaniya RAO (utverzhdena na zasedanii Federalnogo uchebno-metodicheskogo obedineniya po obshchemu obrazovaniyu 2 iyunya 2020 goda), 2019.
5. Fedorov, Aleksandr Viktorovich. Mediaobrazovanie i mediagramotnost. M.: Direkt-media, 2013. 343 s.
6. Fedorov, A.V. Slovar terminov po mediaobrazovaniyu, mediapedagogike, mediagramotnosti, mediakompetentnosti. M.: Direkt-media, 2014. 62 s.
7. Zhizhina M.V. Mediagramotnost kak strategicheskaya tsel mediaobrazovaniya: o kriteriyakh otsenki mediakompetentnosti. / Mediaobrazovanie. Saratov : SGU im. N.G. Chernyshevskogo, 2016. 65 s.
8. Kirillova N. B. Mediakultura: teoriya, istoriya i praktika: Uchebnoe posobie. M.: Akademicheskii proekt, 2008. 496 s.

9. Abramov A. Chto takoe soft skills i kak ikh razvivat. Polnyi gid [Elektronnyi resurs] // RBK Trendy. 2021. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5e90743f9a7947ca3bbb6523>
10. Novyi FGOS tretogo pokoleniya: izmeneniya standartov [Elektronnyi resurs] // Domashnyaya shkola i eksternat «Foksforda». 2021. URL: <https://externat.foxford.ru/polezno-znat/fgos-2020>
11. Egorov A.S. Iskusstvo novykh media. V serii «Dvadtsat pyat: putevoditeli po kolleksii Moskovskogo muzeya sovremennogo iskusstva» (kn.8). M.: Meier, 2014.
12. Stults R. Media Space, Xerox. PA.: Xerox PARC, 1986. 20 p.
13. Bazhenova, L.M. Osnovy audiovizualnoi kultury. Programmy uchebnykh zanyatii dlya 1–11 klassov srednei obshcheobrazovatelnoi shkoly. / L.M. Bazhenova, E.A. Bondarenko, Yu.N. Usov. M. : Akademiya pedagogicheskikh nauk, NII Khudozhestvennogo vospitaniya, Assotsiatsiya deyatelei kinoobrazovaniya, 1991. 62 s.
14. Bondarenko, E.A. Ekskursiya v mir ekrana: Uchebnoe posobie dlya srednego i starshego shkolnogo vozrasta. / E.A. Bondarenko. M. : SVR-Argus, 1994. 64 s.
15. Ilichev, S.I. Kinolyubitelstvo: istoki i perspektivy. / S.I. Ilichev, B.N. Nashchekin. M. : Iskusstvo, 1986. 110 s.
16. Rudenko, I.V. Teorii i tekhnologii sovremennogo vospitaniya : elektronnoe uchebno-metodicheskoe posobie / I.V. Rudenko. Tolyatti : TGU, 2016.
17. Metodicheskie rekomendatsii po proektirovaniyu dopolnitelnykh obshcherazvivayushchikh programm, napravlennykh pismom Minobrnauki Rossii ot 18.11.2015 №09–3242.

Беляев Никита Антонович – магистрант, ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет», Тольятти, Россия.

Руденко Ирина Викторовна – д-р пед. наук, профессор, ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет», Тольятти, Россия.
