

АНАЛИЗ СФОРМИРОВАННОСТИ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ УЧАЩИХСЯ И ПЕДАГОГОВ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

*В.Б. Хасьянов, соискатель
ИГЛУ, Иркутск*

Представлены результаты анализа, проведенного в 2013 г. среди учащихся старших классов и учителей общеобразовательных учреждений Иркутской области. Целью исследования было выявление уровня сформированности медиакомпетентности выпускников средней школы, следствий и причин, лежащих в основе полученного результата.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакомпетентность, анализ, учащиеся, учителя, общеобразовательные учреждения, Иркутская область.

Актуальность развития отечественной медиапедагогике на сегодняшний день не подвергается сомнению. Так, утвержденные Правительством Российской Федерации 17 декабря 2008 г. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. и Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 г. являются подтверждением особой важности медиаобразования на самом высоком уровне [1].

Еще одним подтверждением является возрастающий интерес исследователей к данной проблеме – поисковые результаты в Национальной электронной библиотеке (НЭБ) демонстрируют следующую картину: по запросу «медиаобразование» получена 1501 публикация, по запросу «медиапедагогика» – 172; по ключевым словам «медиаграмотность», «медиакомпетентность» и «медиакомпетентности» получено 337, 312 и 32 результата соответственно [2]. При этом следует подчеркнуть, что, во-первых, в отдельно взятой работе может встретиться более одного ключевого слова, по которым осуществляется поиск, а во-вторых, НЭБ располагает преимущественно статьями из научных журналов; сравнительно меньший удельный вес занимают книги, диссертации и авторефераты российских и зарубежных исследователей. Еще одним хранилищем исследований в области медиапедагогике является Библиотека литературы по медиаобразованию Ассоциации кинообразования и ме-

диапедагогике России [3]. Так, на данном ресурсе содержатся ссылки на труды ученых в данной области, начиная с 1951 г. – всего более 1900 книг, диссертаций и авторефератов, статей, тезисов публикаций и др.

Однако, несмотря на высокий научный интерес к данной проблеме и широкую географию исследователей, а также активную деятельность в Иркутской области Восточно-Сибирского центра развития педагогической науки и образования, занимающегося вопросами медиаобразования [4], данная отрасль педагогике на сегодняшний день не является широко используемой в учебном процессе общеобразовательной школы, о чем свидетельствуют данные, полученные в результате исследования.

В 2013 г. было проведено анонимное анкетирование, в котором приняли участие 346 обучающихся и 34 педагога общеобразовательных учреждений Иркутской области (г. Иркутск, г. Ангарск, г. Черемхово, г. Свирск, г. Братск). Основная гипотеза исследования была сформулирована следующим образом: у обучающихся и преподавателей общеобразовательных учреждений Иркутской области не сформированы (или плохо сформированы) медиакомпетенции, что, в свою очередь, находит отражение в коммуникативной и духовно-нравственной сфере.

Предложенная гипотеза основывалась на определениях понятий «медиакомпетенция» и «медиакомпетентность». Ряд авторов, среди которых Н.Ю. Хлызова и Т.М. Гончарова, определяют медиакомпетенцию как

интегрированную характеристику личности, состоящую из совокупности знаний, умений и навыков работы с информацией (включающих в себя поиск информации, понимание медийного языка и подтекстов медиасообщений, их критическое осмысление, переработку, интерпретацию и использование, способность создавать, получать и передавать медиатексты), а также отношения к ней, позволяющих осуществлять эффективную коммуникацию [5, 6]. Соответственно, медиакомпетентность следует рассматривать как совокупность качеств личности, позволяющих реализовать полученные медиакомпетенции в процессе социального взаимодействия.

Особо следует подчеркнуть, что исследователи, занимающиеся вопросами медиапедагогике, единодушны во мнении, что сформированность медиакомпетенций у участников образовательного процесса является важнейшим условием дальнейшего развития как страны в целом, так и отдельных городов и регионов [7, 8].

Анкеты имели разную форму (для учащихся – задания с открытой формой ответа, для учителей – с закрытой), однако основные вопросы в обоих вариантах имели схожее звучание. Мы рассмотрим результаты исследования в следующем порядке: анализ ответов школьников, а затем – их учителей.

Разделение обучающихся по половозрастному признаку следующее: юношей – 169 (48,84 %), девушек – 177 (51,16 %); из них учащихся в возрасте 14-15 лет – 110 человек (31,79 %), в возрасте 16-17 лет – 196 человек (56,65 %), 18 лет и старше – 21 (11,56 %). Такое распределение позволяет нам составить достаточно адекватную оценку современной ситуации, связанной с медиаобразованием в школах региона.

Первый вопрос, предложенный школьникам, звучал так: «Испытываете ли вы трудности в общении со сверстниками?». Ответы распределились следующим образом: «да, испытываю» ответило 58,67 % респондентов; «нет, не испытываю» – 34,68 %. Остальные (6,65 %) затруднились с ответом.

Таким образом, становится очевидным, что подрастающее поколение испытывает определенные проблемы с коммуникацией при общении с представителями своего воз-

раста. Для того чтобы выяснить, насколько глубоко эти проблемы затронули сферу взаимодействия подростков с окружающими, были предложены еще два вопроса, касающихся непосредственно общения.

Один из них был сформулирован следующим образом: «Бывают ли у вас конфликты в семье?» Подростки ответили на него вполне ожидаемо: чаще или реже, но семейные конфликты происходят у 84,97 % участников опроса. 13,29 % отрицают возникновение конфликтных ситуаций в их семьях; некоторые школьники (1,73 %) отказались от ответа.

Вопрос «К кому вы, в случае возникновения каких-либо проблем, обратитесь за помощью?» был задан после блока вопросов, связанных с медиапредпочтениями подростков, с целью уменьшить количество «социально желательных» (ложных) ответов. Полученные данные свидетельствуют о крепкой связи подростков с семьей: подавляющее большинство (66,47 %) в качестве основных советчиков указали своих родителей, причем на первое место, как правило, ставят мать; на следующем по значимости месте стоят советы близких друзей (некоторые указывали среди них одноклассников) – этот вариант указали 16,47 % опрошенных. За ними следуют родственники (братья, сестры, бабушки и дедушки, реже – дяди и тети) – 10,12 %, а 6,94 % респондентов уверяли, что ни к кому за помощью обращаться не будут. Примечателен тот факт, что 22 из 24 подростков, ответивших, что решения будут принимать самостоятельно, указали, что имеют проблемы в общении со сверстниками.

Блок анкеты, посвященный медиапредпочтениям подростков, начинался с вопроса: «Чем вы занимаетесь в свободное время?». Участники могли назвать несколько своих увлечений: в среднем, каждый из них указал 3-4 занятия, связанных с его досугом.

На первом месте, в качестве основного занятия в свободное время оказалось чтение книг, газет и журналов – такой ответ дали 86,42 % респондентов. В эту же группу ответов мы поместили чтение комиксов и манги (манга – японские комиксы с соответствующим стилем рисования, которые ложатся в основу аниме) по схожести осуществляемых

действий. На второе место участники опроса поместили прослушивание музыкальных композиций (66,47 %), а на третье – просмотр фильмов, мультфильмов, аниме (японская мультипликация, рассчитанная на подростковую и взрослую аудиторию и получившая широкое распространение в России в середине 1990-х гг.). Этот вариант был указан в 62,43 % анкет. Интернет-серфинг (поиск информации в Сети, использование социальных сетей и др.) занял четвертое место – таким способом проводят свой досуг (или его часть) 58,09 % опрошенных школьников.

Остальные варианты ответов мы расположили в порядке уменьшения популярности: просмотр телепередач (34,1 %), творчество и создание поделок – вид досуга, получивший в начале 2000-х гг. название «хэнд мейд» (26,3 %), активный отдых и спорт (19,08 %), компьютерные игры, в т. ч. сетевые (18,5 %), настольные игры, в т. ч. карточные (11,56 %), встречи с друзьями – в кафе, на улице и др. (10,69 %). Некоторые школьники (9,25 %) указали, что занимаются саморазвитием и учебой, куда отнесли посещение курсов и кружков, а также самостоятельное изучение интересующих предметов: музыки, фотографии и т. д. В этот же вариант ответа была включена подготовка к ЕГЭ и ГИА.

Для удобства анализа полученные данные были приведены в графическую форму (рис. 1).

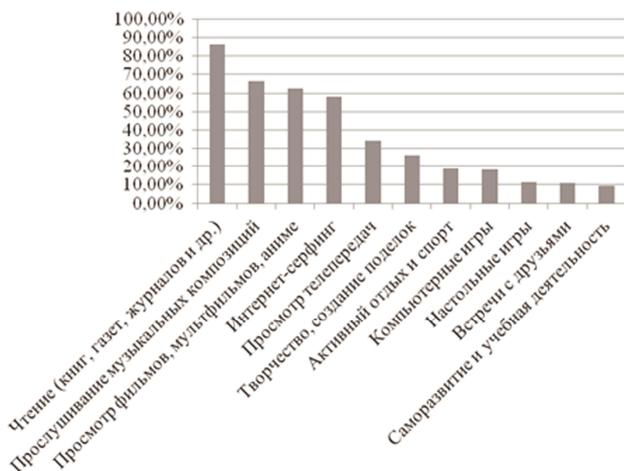


Рис. 1. Досуговые занятия школьников

Как видно из диаграммы, основные формы досуга подростков на сегодняшний день

тесно связаны с получением разного рода информации. Немаловажным фактором при этом является частота воздействия на них медиа. Для ее выяснения был предложен вопрос: «Как часто вы смотрите новостные программы по телевизору, читаете сводки в газетах, журналах, Интернете?». Варианты ответов ранжированы по регулярности данных действий – от меньшего к большему. Не интересуется новостями, как выяснилось, 2,02 % опрошенных; один раз в 2-3 недели новостные ленты просматривает 5,2 %, еженедельно – 10,12 %, 2-3 раза в неделю – 27,46 %, 4-6 раз в неделю – 30,06 %, ежедневно (один раз в сутки) – 15,9 % и ежедневно, по несколько раз в день – 9,25 % (рис. 2).

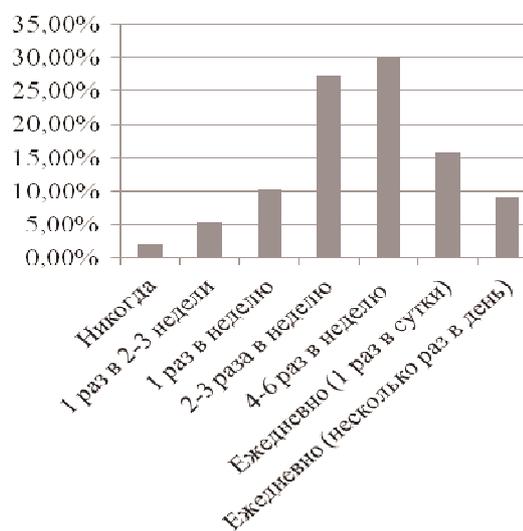


Рис. 2. Регулярность просмотра новостных ресурсов

Таким образом, по крайней мере, один раз в неделю подростки получают определенные объемы новостной информации. Однако новости – не единственное, что может привлекать массовую аудиторию.

Для того чтобы определить круг медиапредпочтений старшеклассников, были заданы вопросы «Какие телевизионные передачи вы предпочитаете смотреть, стараетесь не пропускать?», «Какие статьи или разделы в газетах и журналах вас привлекают более всего?», «Какую информацию вы наиболее внимательно изучаете, просматривая новостные ленты в Сети?». Поскольку участники опроса указывали конкретные названия передач, статей и сайтов, получившийся перечень мы сгруппировали по жанрам.

В результате получилась следующая картина: на первом месте среди телепередач стоят фильмы (58,67 %), мультфильмы (31,5 %) и сериалы (28,9 %). Затем идут новостные выпуски (26,88 %), аналитические передачи (25,72 %), документальные передачи (23,7 %), развлекательные программы и ток-шоу (27,97 %). Завершают список телепередач спортивные матчи и чемпионаты (20,52 %) и интеллектуальные игры (просветительские программы) (18,79 %) (рис. 3)

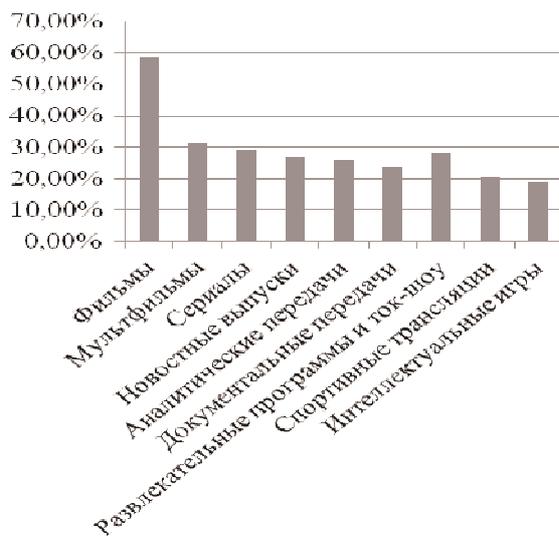


Рис. 3. Медиапредпочтения школьников среди телевизионных передач

Говоря о газетах и журналах, следует отметить, что наиболее интересными подростки считают разделы, посвященные науке и технике, в т. ч. военной (40,46 %), происшествиям (36,42 %), историям об известных людях и интервью с ними (34,97 %), обзорам новинок – фильмов, игр, книг и др. (31,5 %), политике (30,06 %). Наименее популярными из предложенных участниками ответов оказались раздел рецептов (16,47 %) и странички юмора (18,79 %) (рис. 4)

В Интернете подростки ищут в основном те же разделы, что и в газетах и журналах: так, наиболее интересными, по мнению респондентов, являются разделы, связанные с происшествиями (59,83 %), наукой и технологиями (57,23 %), образовательные ресурсы (41,04 %), юмористические сайты (37,57 %) и видеохостинги – сайты, на которых размещаются различного рода видеозаписи (37,28 %).

Социальные сети, отчасти объединяя все

эти разделы, занимают в получившемся списке второе место (58,96 %).

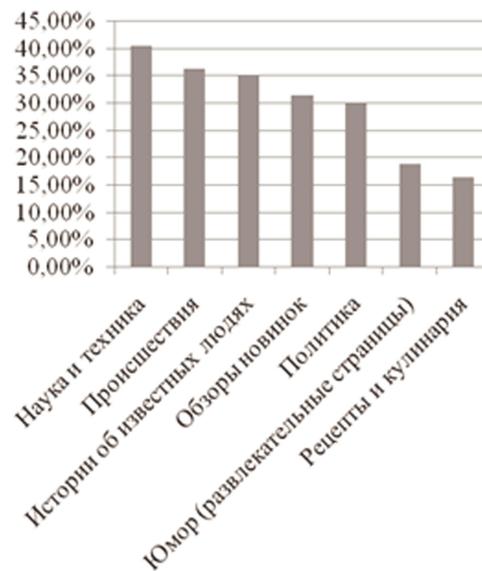


Рис. 4. Медиапредпочтения школьников среди печатных СМИ

Однако, учитывая рейтинговые данные, проводимые группой компаний TNS, гласящие, что в сентябре 2013 г. социальную сеть «ВКонтакте» (vk.com) посетило 50292 тыс. человек [9], можно предположить, что большинство респондентов, так или иначе, пользуются возможностями социальных сетей, однако по каким-либо причинам они не захотели об этом сообщать. Ряд респондентов (18,21 %) указали, что для них не принципиально важно содержание сайта: они читают (смотрят) все, что покажется хоть скольнибудь интересным.

Последний вопрос касался игр – настольных, компьютерных и связанных с физической активностью. Наиболее предпочтительными для респондентов оказались компьютерные игры (43,93 %), на втором месте – игры, связанные с физической активностью (чаще всего в ответах указывался футбол) (40,75 %), на третьем – настольные игры (11,56 %). Некоторые опрошенные (3,76 %) заявили, что в игры не играют.

Краткое собеседование, проведенное после анкетирования, выявило, что учащиеся могут выделить только три основные функции сми (мы приводим их с цитированием предложенных школьниками ответов): образовательную («научно-познавательные передачи»), информационную («распростра-

нение актуальной информации») и развлекательную («передачи, которые можно посмотреть после работы/учебы и отдохнуть»).

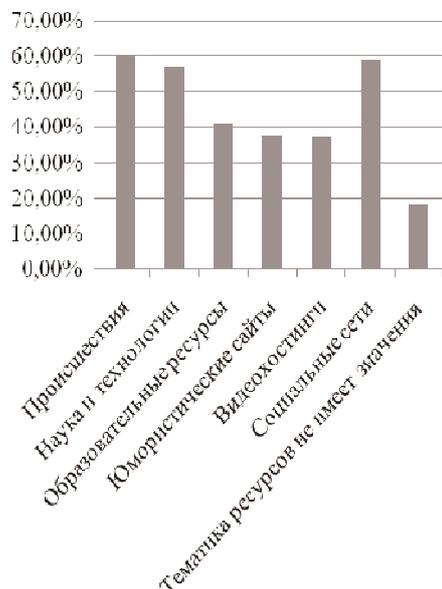


Рис. 5. Медиапредпочтения школьников среди Интернет-ресурсов

Таким образом, бдльшая часть подростков, потребляя интересующую их информацию (при низкой ее избирательности), создает вокруг себя своеобразный социальный вакуум, обособленно переживая события фильмов, книг и игр, что может привести к деформации духовно-нравственных ценностей. Это кажется парадоксальным, учитывая, что сми, по мнению Л.А. Ивановой, являются «инструментом» социализации подрастающего поколения в «переходном обществе» [10, с. 248]. Сложившаяся ситуация может быть расценена как следствие недостаточной медиакомпетентности учащихся. Но следует изучить уровень сформированности медиакомпетентностей педагогов общеобразовательных учреждений для того, чтобы иметь представления о вероятности скорейшего решения этих проблем.

Первый вопрос, предложенный педагогам, касался их досуга. 17 человек (50 %) ответили, что читают периодические издания – газеты и журналы, 12 человек (35,29 %) – смотрят фильмы, 11 человек (32,35 %) смотрят телевизор, столько же читают книги. Значительно меньший процент проводит время за компьютером (социальные сети и

игры) – 6 человек (17,65 %). Отдельно 6 человек выделили активный отдых в кругу семьи.

На вопрос: «При просмотре телевизионных передач и фильмов, чему вы отдаете предпочтение?» мы получили следующие ответы: выпускам новостей – 52,94 %, художественным фильмам – 50 %, документальным фильмам – 29,41 %. Значительно меньшая доля заинтересованности приходится на развлекательные передачи и ток-шоу (в общем – около 30 %).

В Интернете педагоги предпочитают искать информацию, связанную с наукой и образованием (64,71 %), по 47,06 % приходится на новостные ресурсы и социальные сети.

На открытый вопрос, что такое сми и СМК, никто из опрошенных учителей не дал какого-то конкретного ответа. Дальнейшее интервьюирование, проведенное после анкетирования, показало, что педагоги не имеют представления о том, что такое медиаобразование и какие задачи оно выполняет. При этом все респонденты отвечали, что на своих занятиях периодически демонстрируют учебные и документальные фильмы. То есть, медиаобразование они приняли за привычное использование технических средств обучения (ТСО). Иными словами, они вели уроки «только с медиа», но не «о медиа» [11, с. 108]. Это объясняется их незаинтересованностью в данном разделе педагогики: от учителей требуется максимальное соблюдение программ образования по учебным предметам, поэтому они могут только несколько разнообразить виды деятельности во время уроков, самым «оригинальным» из которых является демонстрация фильмов. Такое использование ТСО более или менее успешно решает задачи отдельной взятой дисциплины, но не решает задач медиаобразования. Однако изучать новый курс педагоги не спешат, мотивируя это низкой заработной платой и высокой занятостью.

Таким образом, можно сделать вывод о низкой степени сформированности медиакомпетентностей педагогов общеобразовательных учреждений и соответственно о несформированности медиакомпетентности учащихся, что представляет опасность для успешной социализации подрастающего

поколения и затрудняет выход из социального (духовного) кризиса, начавшегося в России в конце XX в. Для решения этой проблемы, как представляется, необходимо повысить мотивацию учителей к саморазвитию и популяризировать медиаобразование не как факультативную ветвь педагогики (каковой она воспринимается в среде педагогов общеобразовательных учреждений Иркутской области), но как обязательный компонент образовательных программ на различных направлениях подготовки.

Литература

1. Библиотека литературы по медиаобразованию [Электронный ресурс] // Ассоциация кинообразования и медиапедагогики России. URL: http://edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823 (дата обращения: 30.05.2013).
2. Гончарова Т.М. Педагогические принципы формирования медиакомпетенции студентов вуза // Вестн. Челябинского гос. пед. ун-та. 2011. № 6. С. 43-50.
3. Григорьева И.В. Характеристика медиаобразовательного пространства вуза с точки зрения социальной потребности государства в медиакомпетентном педагоге [Электронный ресурс] // Magister Dixit: электрон. науч.-пед. журн. Восточной Сибири. 2011. № 3. URL: http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya_grigoreva_i.v._magister_dixit_ot_22.08.111.pdf (дата обращения: 10.11.2013).
4. Иванова Л.А. Подрастающее поколение постсоветской России в мире медиа // Вестн. Иркут. гос. техн. ун-та. 2013. № 4. С. 247-254.
5. Иванова Л.А. Проблема формирования медиакомпетентности будущего учителя назрела и требует обсуждения [Электронный ресурс] // Magister Dixit: электрон. науч.-пед. журн. Восточной Сибири. 2011. № 1. URL: http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/ivanova.l.a._0.pdf (дата обращения: 10.11.2013).
6. Мулдашев Р.М. Медиакомпетентность студентов в развитии региона [Электронный ресурс] // Там же. 2013. № 3. URL: http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya_muldashev_formirovaniya_mediakompetentnosti_studentov_v_ra_zvitii_regiona.pdf (дата обращения: 10.11.2013).
7. Мурашкина Н.А., Григорьева И.В. Медиаобразование в Восточной Сибири [Электронный ресурс]: становление и развитие (вторая половина XX – начало XXI вв.) // Международная научно-практическая интернет-конференция «Современные направления теоретических и прикладных исследований 2013». URL : <http://www.sworld.com.ua/konfer30/533.pdf> (дата обращения: 28.05.2013).
8. Новикова А.А. Медиа на уроке английского языка: техническое средство обучения или медиаобразование // Медиаобразование. 2005. № 1. С. 107-112.
9. Программа ПЦПИ и медиаобразование — среди приоритетов долгосрочного социально-экономического развития России [Электронный ресурс] // МОО «Информация для всех». URL: <http://www.ifap.ru/pr/2008/081209a.htm> (дата обращения: 28.05.2013).
10. Результаты исследований – Данные по аудитории СМИ – Интернет [Электронный ресурс] // TSN. URL : <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/index/> (дата обращения: 15.10.2013).
11. Хлызова Н.Ю. Сущность понятия «медиакомпетентность вторичной языковой личности» и педагогические условия его формирования [Электронный ресурс] // Magister Dixit: электрон. науч.-пед. журн. Восточной Сибири. 2011. № 3. URL: http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/ushchnost_ponyatiya_mediakompetentnost_vtorichnoy_yazykovoy_lichnosti_i_pedagogicheskie_usloviya_ego_formirovaniya.pdf (дата обращения: 10.11.2013).