

Южно-Уральский государственный
гуманитарно-педагогический университет

Южно-Уральский научный центр
Российской академии образования (РАО)

О. Ю. Афанасьева, М. Г. Федотова

ОСНОВЫ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Методические рекомендации
для самостоятельной работы магистрантов
по освоению дисциплины
«Основы медиакомпетентности»

Челябинск
2021

УДК 378(021):42-8(021)
ББК 74.48я73:81.432.1-923я73
А94

Рецензенты:

д-р пед. наук, доцент З. В. Возгова;
канд. пед. наук, доцент Е. В. Челпанова

Афанасьева, Ольга Юрьевна

А94 Основы медиакомпетентности : методические рекомендации для самостоятельной работы магистрантов по освоению дисциплины «Основы медиакомпетентности» / О. Ю. Афанасьева, М. Г. Федотова ; Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет. – [Челябинск] : Южно-Уральский научный центр РАО, 2021. – 39 с.

ISBN 978-5-907408-66-1

Методические рекомендации предназначены для самостоятельной работы магистрантов, обучающихся по направлению подготовки 44.04.01 — «Педагогическое образование». В них представлены темы самостоятельной работы по факультативному курсу «Основы медиакомпетентности» и методические указания по изучению ключевых проблем формирования медиакомпетентности педагога и обучающихся. В конце каждой темы предлагается список литературы, задания для самостоятельной работы, а также проверочный тест.

УДК 378(021):42-8(021)

ББК 74.48я73:81.432.1-923я73

ISBN 978-5-907408-66-1 © Афанасьева О.Ю., Федотова М.Г, 2021
© Оформление. Южно-Уральский научный центр РАО, 2021

Содержание

<i>Пояснительная записка</i>	4
.....	
1 Темы самостоятельной работы	6
.....	
1.1 Основные понятия и теории медиаобразования	6
.....	
1.2 Медиакомпетентность педагога	15
.....	
1.3 Формирование медиакомпетентности обучающихся	17
.....	
2 Список литературы для освоения дисциплины «Основы медиакомпетентности»	36
.....	

Пояснительная записка

Современная социокультурная ситуация характеризуется широчайшим распространением медиа (пресса, радио, фотография, кинематограф, телевидение, видеоарт, Интернет и т. д.). Без медиа невозможна социальная, политическая, культурная жизнь всего общества, но особое влияние медиакультура оказывает на молодежь, что определяется, в частности, такими свойствами медиапродукции, как зрелищность, развлекательность, информативность, эмоциональность, серийность, актуальность, многожанровость и т.д.

Медиакультура и медиапродукция предоставляют огромные возможности для развития социума и отдельной личности: ее интеллекта, мировоззрения, эмоционального интеллекта, творческих способностей, приобретения новой информации и активизации уже имеющихся знаний, расширения сферы коммуникации и т.д.

Для ориентации в медиасреде и оптимального использования предоставляемых ею возможностей необходимо формирование у индивида соответствующей компетентности, получившей название медиакомпетентности, которая обеспечила бы его подготовку к жизни в современных информационных условиях, научила бы его понимать и осознавать последствия воздействия средств массовой коммуникации на психику, а также овладевать различными способами медиаобщения. Особенно актуальна эта задача для молодого поколения, в том числе студентов педагогического вуза, которые не только должны сами получить медиаобразование, но и призваны транслировать его обучающимся в процессе своей педагогической деятельности.

Факультативная дисциплина «Основы медиакомпетентности», включенная в программу подготовки магистров по

направлению «Педагогическое образование», профиль «Языковое образование (Английский язык)», предусматривает ограниченное время для аудиторной работы. В связи с этим возрастает роль самостоятельной работы студентов, а значит появляется необходимость оптимально организовать ее с целью повышения эффективности образовательного процесса.

Настоящие методические рекомендации предназначены для самостоятельной работы магистрантов заочной формы обучения по дисциплине «Основы медиакомпетентности», но могут быть использованы и более широким кругом студентов, интересующихся проблемами медиаобразования.

1 Темы самостоятельной работы

1.1 Основные понятия и теории медиаобразования

1. Эволюция медиа.
2. Основные понятия медиаобразования.
3. Основные теории медиаобразования.

Вопрос 1. Изучение данного вопроса следует начать с уяснения значения термина «медиа», который трактуется как средства коммуникации, т.е. вся совокупность технологических средств и приёмов коммуникации, служащих для передачи конкретному потребителю информационного сообщения в том или ином виде (аудиовизуальные средства информации, компьютерная техника, телевидение, видео, Интернет и т.д.).

Вторым исходным понятием является «информация», которое допускает несколько толкований, например:

- знания о предметах, фактах, идеях и т. д., которыми могут обмениваться люди в рамках конкретного контекста;
- знания относительно фактов, событий, вещей, идей и понятий, которые в определённом контексте имеют конкретный смысл;
- сведения, воспринимаемые человеком и (или) специальными устройствами, как отражение фактов материального или духовного мира в процессе коммуникации и т. д.

В науке принято выделять несколько информационных революций. Первая связана с появлением письменности в древности, вторая – с изобретением печатного станка в средние века, что привело к возможности выпуска массового ин-

формационного продукта. Третья сопряжена с появлением радио и телевидения как средств массовой информации. Четвертая информационная революция произошла в связи с изобретением глобальной сети Интернет.

Магистрантам следует подробно остановиться на периоде развития медиа, начиная с 1980-х г. г., когда в результате мощного воздействия цифровых технологий, работы с информацией и распространения «глобальной паутины» старые медиа (газетные, телевидение, радио) изменили свою традиционную природу настолько, что возникло новое явление – медиа, функционирующие в глобальной сети (иными словами, «онлайн-медиа, «сетевые медиа» и т. п.).

До 1980-х г. г. развитие медиа представляло собой поступательный линейный процесс, растянутый на несколько столетий. В результате коммуникационный взрыва в конце прошлого столетия массовая коммуникация получила возможность оцифровки («дигитализации») практически любого контента и его мгновенной передачи на любые расстояния.

Таким образом, одним из важнейших критериев классификации медиа является исторический критерий, который соответствует развитию информационных технологий. Согласно этому критерию все виды средств коммуникации делятся на прамедиа, рукописные медиа, печатные медиа, электронные медиа, цифровые медиа, интегрированные медиа.

Вопрос 2. При изучении понятийно-терминологического поля медиаобразования необходимо обратить внимание на тот факт, что, хотя многие ученые, в зависимости от поддерживаемой ими концепции, предлагают свои формулировки, можно утверждать, что за последние десятилетия сложилась определенная система основных терминов, которыми оперирует данная отрасль знания.

В «Словаре терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности», составленном президентом Ассоциации медиапедагогике России А.В. Федоровым на основе научной литературы и практической работы научно-образовательных центров, дана современная терминология, касающаяся основных моделей, ведущих медиадидактических концепций, идей и задач развития медиаобразования.

Вопрос 3. Рассматривая этот вопрос, необходимо исходить из того, что медиаобразовательная деятельность, как и любая деятельность в области образования, подразумевает опору на определенную теоретическую основу. В настоящее время насчитывается впечатляющее количество теоретических концепций медиаобразования, некоторые из которых представлены ниже:

1) инъекционная (защитная) теория медиаобразования, рассматривающая медиа как «агента культурной деградации», который зачастую является каналом передачи ложных культурных ценностей;

2) теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории;

3) практическая теория медиаобразования, рассматривающая медиа как источник удовлетворения потребностей аудитории в создании собственных медиатекстов;

4) медиаобразование как теория развития критического мышления;

5) идеологическая теория, изучающая манипулятивные возможности медиа;

6) семиотическая теория, согласно которой информация, поступающая через каналы медиа, чаще всего носит завуалированный характер и требует расшифровки и анализа;

7) культурологическая теория, согласно которой аудитория самостоятельно анализирует смыслы медиатекстов;

8) эстетическая (художественная) теория, делающая акцент на процессе диалога аудитории с медиатекстом;

8) теологическая теория, расценивающая медиа как источник духовных, эстетических и моральных ценностей;

9) экологическая теория, настаивающая на необходимости развития экологии и умеренности медийного восприятия;

10) этическая теория, в соответствии с которой медиа являются каналом передачи нравственных эталонов, моральных принципов и ценностей.

Магистранты должны ясно осознавать, что как рассмотренные выше, так и другие теории могут быть синтезированы в новые подходы к медиаобразованию и новые научные школы. В современной отечественной науке и практике медиапедагоги часто следуют принципу интегративности и опираются не на одну теорию, а интегрируют идеи и концептуальные положения нескольких. Это позволяет максимально эффективно развивать знания, умения и навыки обучающихся в области медиаобразования.

Список литературы для самостоятельной работы

1. Жилавская И. В., Зубрицкая Д. А. История развития медиаобразования : учебное пособие. М. : Московский педагогический государственный университет, 2017. – 120 с.

2. Кириллова Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие. Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2015. – 110 с.

3. Федоров, А.В. Медиаобразование: история и теория. М. : Межрегиональная общественная организация «Информация для всех», 2015. – 450 с.

4. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов : ООО «ЦВВР», 2001. – 708 с.

5. Федоров А. В. Программа учебного спецкурса для вузов «Основы медиакомпетентности» // Медиаобразование. 2008. № 2.

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/programma-uchebnogo-spetskursa-dlya-vuzov-osnovy-mediakompetentnosti> (дата обращения: 15.10.2021).

6. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог : Издательство Таганрогского государственного педагогического института, 2010. – 64 с.

Задания для самостоятельной работы

1. Дайте характеристику каждой из четырех информационных революций.

Представьте материал в виде таблицы (Таблица 1).

Таблица 1

Период	Основное событие в эволюции медиа	Ведущее медиасредство
...
...

2. Составьте глоссарий основных терминов медиаобразования, раскрыв их содержание и сопроводив их англоязычным эквивалентом. Обратите внимание на продуктивность префикса *медиа-*. *Образец:*

Медиа (media) — средства массовой коммуникации

Медиабезопасность (...) — ...

Медиабизнес (...) — ...

Медиавоздействие (...) — ...

Медиавоспитание (...) — ...

Медиавосприятие (...) — ...

Медиаграмотность (...) — ...

Медиадезинформация (...) — ...

Медиадидактика (...) — ...

Медиаискусства (...) — ...

Медиакомпетентность (...) — ...

Медиаконтент (...) — ...
 Медиакритика (...) — ...
 Медиакультура (...) — ...
 Медиалогия (...) — ...
 Медиаобразование (...) — ...
 Медиапедагог (...) — ...
 Медиапедагогика (...) — ...
 Медиапродукт (...) — ...
 Медиарынок (...) — ...
 Медиатворчество (...) — ...
 Медиатекст (...) — ...
 Медиа терроризм (...) — ...
 Медиа технологии (...) — ...
 Медиаэкология (...) — ...
 Медиа язык (...) — ...
 Методика медиаобразования (...) — ...
 Методы медиаобразования (...) — ... и т. д.

3. Изучите работу А.В. Федорова «Медиаобразование: история, теория и методика», представьте краткую характеристику теорий медиаобразования в форме таблицы и проведите сопоставительный анализ (Таблица 2).

Таблица 2

Название теории	Время и место возникновения	Представитель	Цель медиаобразования
...

4. Ознакомившись с различными теориями медиаобразования, представьте возможные варианты их интеграции и объясните, на развитие каких умений, навыков и способностей обучающихся эта интеграция может быть направлена.

5. Выполните тест

1. Медиа — это ...

- а) средства общения;
- б) каналы коммуникации;
- в) средства коммуникации;
- г) информационные сообщения.

2. Информационная революция — это ...

- а) революционное воздействие информационных технологий на все сферы жизни общества;
- б) бурное развитие информационных технологий;
- в) изменение содержания передаваемой информации;
- г) воздействие информации на политическую активность общества.

3. Медиаисследователь — это ...

- а) блогер;
- б) человек, изучающий медиасферу;
- в) автор медиаконтента;
- г) медиажурналист.

4. Медиапедагог — это ...

- а) педагог, работающий в онлайн-режиме;
- б) педагог, известный в медиа;
- в) педагог, осуществляющий медиаобразование;
- г) педагог, осуществляющий медиавоздействие.

5. Медиаграмотность подразумевает ...

- а) орфографические навыки и умения в создании медиатекстов;
- б) навыки и умения, которые позволяют создавать сообщения в разных видах медиа;
- в) владение общественно-политической лексикой;
- г) наличие умений и навыков публичных выступлений.

6. Для онлайн-медиа не характерна ...

- а) гипертекстовость;

- б) интерактивность;
- в) креолизация текста;
- г) линейность.

7. Экологическая теория медиаобразования подразумевает ...

- а) изучение экологии окружающей среды;
- б) постоянный контроль и критический анализ медиатекстов;
- в) освещение проблем экологии в медиатекстах;
- г) осуществление экологического образования с помощью медиа.

8. Смягчение негативных влияний медиапродукции – это главная цель ... теории медиаобразования.

- а) практической;
- б) идеологической;
- в) защитной;
- г) этической.

9. Развитие познавательной активности и творческих способностей обучающихся – одна из целей ... теории медиаобразования.

- а) практической;
- б) культурологической;
- в) эстетической;
- г) этической.

10. Труды Ю. М. Лотмана являются одним из источников ... теории медиаобразования.

- а) медиаобразования как теории развития критического мышления;
- б) теологической;
- в) экологической;
- г) семиотической.

11. Медиаискусство не включает ...

- а) цифровое искусство;
- б) компьютерную анимацию;

- в) компьютерную графику;
- г) литографию.

12. Какое из определений не соответствует понятию «медиа-рынок»?

- а) район охвата аудитории средствами массовой информации, принадлежащими той или иной компании;
- б) рынок средств массовой информации и рекламы в них;
- в) рынок продажи различных товаров с помощью медиа-технологий;
- г) пространство, где продукция СМИ превращается в товар и где идут процессы продажи и покупки.

13. Какое из следующих определений не является определением медиакультуры?

- а) культура быта, развлечений и информации, преобладающая в современном обществе;
- б) общий эффект и интеллектуальное влияние, оказываемое СМИ не только на общественное мнение, но также на вкусы и ценности;
- в) культура передачи информации и культура ее восприятия;
- г) продукт средств массовой информации.

14. Манипулятивные возможности медиа описывает ... теория медиаобразования.

- а) инъекционная;
- б) идеологическая;
- в) эстетическая;
- г) теория развития критического мышления аудитории.

15. Современная практика медиаобразования опирается на ... различных теорий.

- а) анализ;
- б) синтез;
- в) сравнение;
- г) интеграцию.

1. 2 Медиакомпетентность педагога

1. Виды медиа.
2. Принципы медиаобразования.
3. Формирование профессиональной медиакомпетентности педагога.

Вопрос 1. Будущие педагоги должны понимать, что их профессиональная медиакомпетентность невозможна без знаний о видах и типах медиа, их классификации, характере и особенностях использования. Магистрантам следует познакомиться с одной из наиболее исчерпывающих классификаций медиа, предложенной И. В. Жилавской.

Как уже было сказано ранее, одним из критериев классификации медиа является исторический, который отражает этапы их развития.

По способу коммуникации медиа делятся на два вида: вербальные и невербальные в зависимости от использования, либо неиспользования языковых средств. Вербальными являются все медиа, содержание которых построено на устном или письменном тексте. К невербальным медиа относятся те, которые при передаче информации используют визуальные образы и акустические системы (музыкальные медиа, световые, графические и т. д.).

По виду восприятия информации принято выделять визуальные и аудиальные медиа. Они могут создаваться на основе только одного вида информации, а также быть конвергентными, например, аудиовизуальные медиа — телепрограмма в цифровом формате, мобильное приложение и т. д. В структуре визуальных медиа выделяются текстовые и изобразительные

медиа. Текстовые медиа – это те, в основе которых лежит текст в форме знаков, представленных алфавитом, в частности, это разнообразные памятники письменной культуры, а также идеографическое, морфемное или логографическое письмо, где знаки обозначают понятия, отдельные морфемы или слова. К текстовым медиа относятся числа и любые цифровые ряды, образующие математический язык. Изобразительные медиа используют в качестве средств передачи информации художественные образы, картины, иллюстрации. К изобразительным медиа относятся произведения живописи, скульптуры, архитектуры и т. д.

По объему аудитории, с которой взаимодействуют медиа, они делятся на два вида: массовые и немассовые медиа. В группу массовых медиа входят все традиционные средства массовой информации и коммуникации, такие как газета, журнал, телепрограмма, радиопередача, а также более современные типы медиа – сетевые издания, блоги, сайты, прочие цифровые ресурсы. Кроме того, к массовым медиа относятся фильмы, любые зрелищные события, рекламные проспекты, листовки, музыкальные альбомы и т. д.

В группу немассовых входят медиа, которые делятся по виду коммуникации на индивидуальные, межличностные и групповые. К индивидуальным медиа относятся личные дневники, заметки на полях, рабочие записки, а также творческие произведения, предназначенные не для показа или тиражирования, а исключительно для собственного удовольствия. Межличностные медиа представлены SMS-сообщениями, традиционными письмами и электронной почтой, это телефонный разговор, поздравительная открытка, другое приватное послание в визуальной или аудиальной форме. Групповые медиа распространены в социальных сетях, это информационные продукты, которые создаются в группах, на управляемых стра-

ницах, в разнообразных тематических сообществах, а также это корпоративные издания политических партий, вузов и школ, коммерческих предприятий, организаций гражданского сектора и т. д.

По виду и характеру деятельности, с помощью которой потребитель использует медиа, все они подразделяются на читательские, игровые, зрительские, а также на деловые, служебные, бытовые и развлекательные, профессиональные и самодеятельные, государственные и гражданские и т. д.

По тематике контента медиа делятся на политические, социальные, научные, культурные и т. д. По формату контента – на текстовые (статьи, планы, инструкции и другие документы, книги онлайн и офлайн); изображения (фотографии, инфографика, рисунки, схемы, слайды, скриншоты); аудио (подкасты, музыка, аудиолекции, записи в скайпе, на телефоне); видео (ролики, слайдшоу, видеопрезентации, видеоуроки, видеоэкскурсии, фильмы, клипы, концерты и т.д.) и конвергентные или мультимедийные, где сливаются несколько форматов медиа.

Изучая проблему классификации медиа, студенты должны понимать, что в сфере медиакommunikации не всегда удастся провести четкие границы между видами и типами медиа, к тому же жесткие классификации трудно совместимы с идеей постоянного развития. Медиафера, по мнению И.В. Жилавской, представляет собой интегральную среду с несколько размытыми классификационными категориями, которые могут проявляться по-разному, пересекаясь и взаимодействуя.

Вопрос 2. Изучение данного вопроса следует начинать с тезиса о том, что процесс медиаобразования, как и любой образовательный процесс, подчиняется общедидактическим принципам, которые должны быть усвоены педагогами. К этой категории принципов А.В. Федоров относит следующие:

- социокультурное развитие творческой личности в процессе обучения;
- научность, систематичность и доступность обучения;
- связь теории с практикой;
- наглядность;
- активность аудитории;
- переход от обучения к самообразованию;
- связь обучения с окружающей действительностью;
- положительный эмоциональный фон;
- учет индивидуальных особенностей учащихся и т.д.

Медиаобразование как отдельное направление в педагогике, занимающееся изучением закономерностей массовой коммуникации, основывается также на ряде частных принципов, отражающих характер процесса формирования медиакомпетентности:

1) медиаобразование — это серьезная и важная область, связанная с большинством социальных структур демократического общества;

2) центральная идея медиаобразования — переосмысление/репрезентация. Медиа не отражают реальность, а переосмысливают/представляют ее, используя систему знаков и символов;

3) медиаобразование это процесс, продолжающийся всю жизнь человека, но приоритетной аудиторией которого являются школьники и студенты;

4) главные цели медиаобразования — воспитание критического мышления и развитие критической автономии;

5) медиаобразование — исследовательский процесс;

6) медиаобразование — актуально и своевременно, оно воплощает выражение «здесь и теперь» в широком идеологическом и историческом контексте;

7) в идеале оценка медиаобразования обучающихся — это их самооценка;

8) медиаобразование ведет к изменению отношений между педагогом и обучающимися, давая им возможность вести диалог;

9) медиаобразование — это, скорее, диалог, чем дискуссия;

10) медиаобразование направлено на совместное, преимущественно групповое, обучение;

11) медиаобразование состоит из «практической критики» и «критической практики»;

12) медиаобразование вбирает в себя отношения между родителями, профессионалами в области медиа и педагогами;

13) медиаобразование связано с принципом продолжающихся изменений;

14) медиаобразование — это предмет критического исследования и диалога, в ходе которых новые знания активно приобретаются педагогами и учащимися.

15) ключевые понятия медиаобразования — это в большей степени аналитические инструменты, чем альтернативное содержание.

Таким образом, осуществляющие медиаобразование педагоги с целью достижения максимальной эффективности образовательного процесса должны в своей образовательной деятельности опираться на все группы принципов.

Вопрос 3. Приступая к изучению данного вопроса, студенты должны отталкиваться от понятия профессиональной медиакомпетентности педагога, которая понимается как совокупность его мотивов, знаний, умений и способностей, способствующих медиаобразовательной деятельности в аудитории различного возраста (А. В. Федоров).

О сформированности профессиональной медиакомпетентности педагога можно свидетельствуют следующие показатели:

1) мотивационный, который включает мотивы медиаобразовательной деятельности (эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эстетические и др.) и уровень стремления к совершенствованию своих знаний и умений в области медиаобразования;

2) информационный, включающий информированность и теоретико-педагогические знания в области медиаобразования;

3) методический, в который входят методические умения в области медиаобразования (например, умения дать установку на медиавосприятие, объяснить причины, условия и характер возникновения явления, умения развивать восприятие учащихся, выявлять уровни их медиакомпетентности, выбирать оптимальные методы, средства и формы проведения занятий, исследовательские умения и т. д.) и наличие/отсутствие педагогического артистизма (общая педагогическая культура, внешний облик, самопрезентация, самоконтроль, наличие обратной связи с аудиторией и т. д.);

4) практико-операционный (деятельностный), отражающий уровень медиаобразовательной/ исследовательской деятельности в процессе учебных занятий разных типов;

5) креативный, связанный с уровнем творческого начала в медиаобразовательной деятельности (то есть наличие/отсутствие гибкости, мобильности, ассоциативности, оригинальности, антистереотипности мышления, развитости воображения, фантазии и т. д.).

Соответственно, сформированная профессиональная медиакомпетентность педагога характеризуется высокими уровнями всех показателей.

Список литературы для самостоятельной работы

1. Жилавская И. В., Зубрицкая Д. А. История развития медиаобразования : учебное пособие. М. : Московский педагогический государственный университет, 2017. – 120 с.

2. Жилавская И. В. Классификация медиа. Проблемы, понятия, критерии // Вестник ВУиТ. 2016. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-media-problemy-ponyatiya-kriterii> (дата обращения: 20.10.2021).

3. Мясникова М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие. Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2015. – 180 с.

4. Федоров А. В. Медиаобразование: история и теория. М. : Межрегиональная общественная организация «Информация для всех», 2015. – 450 с.

5. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов : ООО «ЦВВР», 2001. – 708 с.

6. Федоров А. В. Программа учебного спецкурса для вузов «Основы медиакомпетентности» // Медиаобразование. 2008. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/programma-uchebnogo-spetskursa-dlya-vuzov-osnovy-mediakompetentnosti> (дата обращения: 15.10.2021).

7. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог : Издательство Таганрогского государственного педагогического института, 2010. – 64 с.

Задания для самостоятельной работы

1. Дайте характеристику одного из перечисленных типов медиа: пресса, телевидение, кинематограф, радио, Интернет (и его ресурсы).

2. Дайте определение понятия «медiateкст». Охарактеризуйте следующие жанры медiateкста: репортаж, очерк, портрет, интервью, научно- популярный медiateкст, игровой медiateкст, анимационный медiateкст.

3. Раскройте содержание принципов медиаобразования и форм их реализации. Представьте ответы в табличной форме (Таблица 3).

Таблица 3

Принцип медиаобразования	Содержание	Форма реализации
Научность	Осуществление медиаобразования с опорой на психолого-педагогические знания	Использование средств и методов обучения, эффективность которых доказана наукой и практикой
...
...

4. Представьте содержание показателей профессиональной медиакомпетентности педагога и характеристику уровней их развития в виде таблицы (Таблица 4).

Таблица 4

Показатель	Содержание	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Мотивационный	Мотивы медиаобразовательной деятельности: эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эстетические и др.	Отсутствие ярко выраженных мотивов	Присутствие нескольких неярко выраженных мотивов	Присутствие различных ярко выраженных мотивов
Информационный
Методический
Практико-операционный
Креативный

5. Выполните тест

1. По способу коммуникации медиа делятся на...
 - а) вербальные и невербальные;
 - б) вербальные и паравербальные;
 - в) рукописные и электронные;
 - г) вербальные и экстралингвистические.
2. По виду восприятия информации медиа могут быть ...
 - а) рукописными;
 - б) аудиовизуальными;
 - в) электронными;
 - г) печатными.
3. К категории общедидактических принципов медиаобразования относится...
 - а) принцип перехода от образования к самообразованию;
 - б) принцип воспитания критического мышления;
 - в) принцип диалога между педагогом и обучающимися;
 - г) принцип связи с социальными структурами демократического общества.
4. Профессиональная медиакомпетенция педагога — это ...
 - а) совокупность мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих медиаобразовательной деятельности;
 - б) совокупность знаний о различных видах медиа;
 - в) способность к производству медиатекстов;
 - г) способность к восприятию и анализу медиатекстов.
5. Показателем профессиональной медиакомпетентности педагога не является ... показатель.
 - а) методический;
 - а) деятельностный;
 - в) мотивационный;
 - г) методологический.
6. Мотивационный показатель профессиональной медиакомпетентности педагога включает ...

а) стремление к совершенствованию своих знаний и умений;

б) уровень творческого начала;

в) наличие педагогического артистизма;

г) самоконтроль.

7. К немассовым видам медиа относятся ...

а) блоги;

б) рекламные проспекты;

в) SMS-сообщения;

г) сетевые издания.

8. К аналоговым средствам коммуникации не относится ...

а) печатная газета;

б) сетевой журнал;

в) печатный журнал;

г) Интернет-реклама.

9. Печатные медиа ...

а) предполагают обратную связь;

б) способствуют расширению границ коммуникации;

в) имеют интерактивный характер;

г) не предполагают обратной связи.

10. Общедоступная для понимания и творения народом культура — это ...

а) массовая культура;

б) медиакультура;

в) массовая коммуникация;

г) медиалогия.

11. Для современных медиа характерно такая особенность, как ...

а) жесткое разграничение между видами;

б) интеграция;

в) диффузия;

г) конвергенция.

12. К мотивам профессиональной медиакомпетентности педагога не относится ... мотив.

- а) гедонистический;
- б) нравственный;
- в) эстетический;
- г) атеистический.

13. Антистереотипность мышления — это компонент ... показателя профессиональной компетентности педагога.

- а) креативного;
- б) методического;
- в) информационного;
- г) практико-операционного.

14. Синонимом слова «медиавоздействие» является ...

- а) медиаконтент;
- б) медиаперцепция;
- в) медиаэффект;
- г) медиатехнология.

15. Какое из следующих понятий является самым узким?

- а) методика медиаобразования;
- б) медиадидактика;
- в) медиапедагогика;
- г) медиаобразование.

1. 3 Формирование медиакомпетентности обучающихся

1. Понятие медиакомпетентности обучающихся.
2. Методы и технологии формирования медиакомпетентности обучающихся.
3. Потенциал предмета «Иностранный язык» в аспекте формирования медиакомпетентности обучающихся.

Вопрос 1. Изучая вопрос о медиакомпетентности обучающихся, следует исходить из общего определения медиакомпетентности личности, которая, по мнению А.В. Федорова, представляет собой совокупность мотивов, знаний, умений и способностей, способствующих использованию, критическому анализу, оценке, передаче и созданию медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме.

К показателям медиакомпетентности обучающегося А.В. Федоров относит:

1) мотивационный показатель: комплекс жанровых, тематических, эмоциональных, гносеологических, гедонистических, интеллектуальных, психологических, творческих, этических, эстетических мотивов работы с медиа и медиатекстами;

2) контактный показатель: частота контактов с различными видами медиа и медиатекстов;

3) информационный показатель: знания базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, уровень понимания процесса массовой коммуникации и медийных воздействий в контексте реального мира;

4) перцептивный показатель, высшим проявлением которого является отождествление с автором медиатекста, то есть способность соотнесения с авторской позицией, которая позволяет предугадать ход событий медиатекста на основе эмоционально-смыслового соотнесения элементов сюжета, восприятия авторской мысли в динамике звукозрительного образа, синтеза мыслей и чувств зрителя в образных обобщениях;

5) интерпретационный/оценочный показатель: умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме на основе критического мышления;

6) практико-операционный показатель: практические умения выбора, создания/распространения медиатекстов (в том числе – созданных лично или в составе группы людей) различных видов и жанров, умения самообразования в медийной сфере;

7) креативный показатель: ярко выраженный уровень творческого начала в различных видах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа.

Вопрос 2. Магистрантам необходимо понимать, что методы медиаобразования во многом аналогичным общепринятым методам, используемым в других сферах образования. Типичными методами медиаобразования являются: словесные (рассказ, лекция, беседа, диалог, обсуждение, анализ, дискуссия и т.д.), наглядные (просмотр аудиовизуального материала), репродуктивные, исследовательские, эвристические, проблемные, игровые (моделирование художественно-творческой деятельности по созданию медиапродукта, импровизация и т. д.).

Формирование медиакомпетентности обучающихся может осуществляться как в рамках традиционной классно-урочной системы при изучении различных дисциплин (литературы, истории, иностранного языка, музыки, изобразительного искусства, мировой художественной культуры и т.д.), так и в

рамках других форм организации образовательного процесса (факультатив, элективный курс, кружок, лекторий, дискуссионный клуб, творческая студия и т.д.).

Например, в формате факультатива по основам медиакультуры предусматриваются следующие методические этапы работы: констатация уровней медиавосприятия обучающихся; развитие умений критического анализа медиатекстов; формирование творческих умений на материале произведений медиакультуры. Технология критического анализа медиапроизведений включает в себя рассмотрение содержания ключевых эпизодов медиатекста, выстраивание логики авторского мышления, выявление авторской концепции и выражение обучающимся своего личного отношения к ней.

К конкретным формам медиаобразования можно отнести лекции, беседы, творческие письменные работы (рецензия, сочинение, репортаж, статья, интервью, минисценарий), афиши, киноvideосъемку, викторины, конкурсы, диспуты, конференции, экскурсии, встречи с деятелями медиакультуры и т. д.

Эффективной технологией медиаобразования следует считать проектную технологию, рассчитанную на самостоятельную исследовательскую и практическую деятельность обучающихся, связанную с медийным материалом, и создание собственного медиапродукта.

Вопрос 3. Потенциал предмета "Иностранный язык" в аспекте развития медиакомпетентности обучающихся, как полагают педагоги и методисты, огромен. Медиаобразование и языковое образование сближает использование активных и интерактивных методов и технологий обучения. При этом обучающийся из пассивного реципиента знаний должен превратиться в активный субъект образовательного процесса.

Для учителя иностранного важно осознавать, что если медиаобразование происходит в процессе и средствами обуче-

ния иностранному языку, то он имеет дело с формированием медиакомпетентности вторичной языковой личности. Соответственно, магистранты должны иметь представление о наиболее значительных путях интеграции медиаобразования и иноязычного образования.

Так, мощнейшим ресурсом формирования медиакомпетентности вторичной языковой личности является Интернет, который позволяет незамедлительно найти любую информацию на изучаемом языке, любой интересующий обучающихся медиапродукт: новости, страноведческий материал, газетные и журнальные статьи, сетевые издания и т. д. При этом с опорой на медиаматериалы учитель или преподаватель решает целый ряд дидактических задач: развитие навыков и умений чтения, устной и письменной речи, аудирования, пополнение вокабуляра, формирование устойчивой мотивации к изучению иностранного языка, расширение лингвистического и культурного кругозора обучающихся, организацию их межкультурного взаимодействия со сверстниками из зарубежных стран и т. д.

Интернет-ресурсы позволяют принимать участие в обучающих программах и семинарах, в тестированиях, конкурсах, олимпиадах, чатах, видеоконференциях и т.п.

Таким образом, компьютеризация образования в целом и иноязычного образования в частности позволила оптимизировать учебный процесс во многих аспектах (выбора содержания обучения, методов и технологий, условий интеллектуального труда и, наконец, в аспекте интеграции медиапродукции и медиатехнологий в образовательный процесс), дав возможность педагогу осуществлять медиаобразование в тесной связи с изучением иностранного языка.

Список литературы для самостоятельной работы

1. Иванова Л. А. Медиаобразование в обучении иностранным языкам – веление времени. // *Magister Dixit*. 2013. № 2. С. 104–114.

2. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования: учебное пособие. Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2015. – 180 с.

3. Сысоев П. В. Блог-технология в обучении иностранному языку // Язык и культура. 2014. № 4. С. 115–127.

4. Сысоев П. В. Вики-технология в обучении иностранному языку // Язык и культура. 2013. № 3 (23). С. 140–152.

5. Сысоев П. В. Подкасты в обучении иностранному языку // Язык и культура. 2014. № 2 (26). С. 189–201.

6. Сысоев П. В., Мерзляков К. А. Использование метода рецензирования в обучении письменной речи на основе блог-технологии // Вестник Московского университета. 2017. № 1. Серия 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. С. 36–47.

7. Сысоев П. В., Пустовалова О. В. Обучение учащихся речевой деятельности на основе сервиса «Твиттер» // Научный поиск в современной парадигме знания о языке : материалы международного научного семинара. М. : Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова, 2014. С. 227–241. – ISBN: 978-5-8288-1541-8.

8. Федоров А. В. Медиаобразование: история и теория. М. : Межрегиональная общественная организация «Информация для всех», 2015. – 450 с.

9. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов : ООО «ЦВВР», 2001. – 708 с.

10. Федоров А. В. Программа учебного спецкурса для вузов «Основы медиакомпетентности». // Медиаобразование. 2008. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/programma-uchebnogo-spetskursa-dlya-vuzov-osnovy-mediakompetentnosti> (дата обращения: 15.10.2021).

11. Хлызова Н. Ю. Педагогические условия формирования медиакомпетентности вторичной языковой личности : дис. ... канд. пед. наук. М., 2011. – 208 с.

Задания для самостоятельной работы

1. Разработайте конспект урока английского языка, одна из целей которого – формирование медиакомпетентности обучающихся. В конспекте отразите следующее:

- класс, группа обучающихся, возраст;
- используемый УМК;
- тема урока;
- цели урока;
- формируемые (развиваемые) медиаумения и навыки;
- используемый учителем вид медиа;
- используемые учителем технологии, методы, приемы обучения;
- синергетический эффект применения методов иноязычного образования и медиаобразования.

2. Прочитайте указанные в списке работы и подготовьте сообщение на одну из следующих тем:

Интеграция медиаобразования и обучения иностранным языкам.

Соразвитие иноязычной коммуникативной компетенции и медиакомпетентности в процессе обучения иностранным языкам.

Формирование медиакомпетентности вторичной языковой личности.

3. Выполните тест

1. Показателем медиакомпетентности личности обучающегося не является ... показатель.

- а) методический;
- б) креативный;
- в) перцептивный;
- г) мотивационный.

2. Показателем медиакомпетентности личности обучающегося является ... показатель.
- а) практико-операционный;
 - б) методический;
 - в) методологический;
 - г) организационный.
3. Методы медиаобразования не могут включать ...
- а) беседу;
 - б) лекцию;
 - в) физическое упражнение;
 - г) сочинение.
4. Методы медиаобразования включают ...
- а) портфель;
 - б) портфолио;
 - г) портмоне;
 - д) портмонто.
5. Медиаобразование и иноязычное образование могут находиться в отношениях ...
- а) интеграции;
 - б) синтеза;
 - в) кооперации;
 - г) диффузии.
6. Медиакомпетентность вторичной языковой личности формируется в процессе изучения ...
- а) родного языка;
 - б) иностранного языка;
 - в) медиаязыка;
 - г) языка программирования.
7. Элементы медиаобразования не могут быть использованы в ...
- а) дополнительном образовании;
 - б) инклюзивном образовании;
 - в) образовании взрослых;

г) эксклюзивном образовании.

8. В медиаобразовании обучающийся — это ... образовательного процесса.

а) объект;

б) реципиент;

в) субъект;

г) донор.

9. Умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме — это составная часть ... показателя медиакомпетентности обучающегося.

а) интерпретационного;

б) практико-операционного;

в) информационного;

г) креативного.

10. Способность к соотнесению с позицией автора медиатекста — это составная часть ... показателя медиакомпетентности обучающегося.

а) контактного;

б) креативного;

в) интерпретационного;

г) перцептивного.

11. Цифровизация образования ... формированию медиакомпетентности обучающихся.

а) способствует;

б) препятствует;

в) не влияет;

г) оптимизирует.

12. Характеристикой процесса формирования медиакомпетентности обучающихся не является ...

а) интерактивность;

б) диалогичность;

в) статичность;

г) интегративность.

13. Потенциал предмета «Иностранный язык» в контексте медиаобразования направлен на формирование...

а) языковой личности;

б) медийной личности;

в) медиакомпетентности языковой личности;

г) медиакомпетентности вторичной языковой личности.

14. Креативный показатель медиакомпетентности выражается, в частности, в наличии ...

а) фэнтези;

б) фантазии;

в) фантастики;

г) фанатизма.

15. Процесс медиаобразования опирается на дидактический принцип связи теории с ...

а) аудиторией;

б) критикой;

в) наукой;

г) практикой.

2 Список литературы для освоения дисциплины «Основы медиакомпетентности»

1. **Иванова, Л. А.** Медиаобразование в обучении иностранным языкам — веление времени / Л. А. Иванова. – Текст : непосредственный // *Magister Dixit*. – 2013. – № 2. – С. 104–114. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 112 (17 назв.).

2. **Жилавская, И. В.** История развития медиаобразования : учебное пособие / И. В. Жилавская, Д. А. Зубрицкая. – М. : Московский педагогический государственный университет, 2017. – Библиогр.: с. 106 (212 назв.). – 120 с. – ISBN 978-5-4263-0484-0. – Текст : непосредственный.

3. **Жилавская, И. В.** Классификация медиа. Проблемы, понятия, критерии / И. В. Жилавская. – Текст : непосредственный // *Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева*. – 2016. – Т. 2. – № 4. – С. 169–175. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 175 (16 назв.).

4. **Кириллова, Н. Б.** Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015. – Библиогр.: с. 90 (50 назв.). – 110 с. – ISBN 978-5-7996-1600-7. – Текст : непосредственный.

5. **Мясникова, М. А.** Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. – Екатеринбург : Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2015. – Библиогр.: с. 138 (181 назв.). – 180 с. – ISBN 978-5-7996-1538-3. – Текст : непосредственный.

6. **Сысоев, П. В.** Блог-технология в обучении иностранному языку / П. В. Сысоев. – Текст : непосредственный // *Язык и культура*. – 2014. – № 4. – С. 115–127. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 127 (16 назв.).

7. **Сысоев, П. В.** Вики-технология в обучении иностранному языку / П. В. Сысоев. – Текст : непосредственный // *Язык и культу-*

ра. – 2013. – № 3 (23). – С. 140–152. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 151 (19 назв.).

8. **Сысоев, П. В.** Использование метода рецензирования в обучении письменной речи на основе блог-технологии / П. В. Сысоев, К. А. Мерзляков. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2017. – № 1. – С. 36–47. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 44 (16 назв.).

9. **Сысоев, П. В.** Обучение учащихся речевой деятельности на основе сервиса «Твиттер» / П. В. Сысоев, О. В. Пустовалова // Научный поиск в современной парадигме знания о языке : материалы международного научного семинара. – М. : Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова, 2014. – С. 227–241. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 239 (22 назв.).

10. **Сысоев, П. В.** Подкасты в обучении иностранному языку / П. В. Сысоев. – Текст : непосредственный // Язык и культура. – 2014. – № 2 (26). – С. 189–201. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 201 (21 назв.).

11. **Федоров, А. В.** Медиаобразование: история, теория и методика : монография / А. В. Федоров. – Ростов : Общество с ограниченной ответственностью «ЦВВР», 2001. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 171 (1020 назв.). – 708 с. – ISBN 5-94153-011-0. – Текст : непосредственный.

12. **Федоров, А. В.** Медиаобразование: история и теория / А. В. Федоров. – М. : Межрегиональная общественная организация «Информация для всех», 2015. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 443 (115 назв.). – 450 с. – Текст : непосредственный.

13. **Федоров, А. В.** Программа учебного спецкурса для вузов «Основы медиакомпетентности» / А. В. Федоров. – Текст : непосредственный // Медиаобразование. – 2008. – № 2. – С. 74–110. – Библиогр.: с. 87 (600 назв.).

14. **Федоров, А. В.** Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – Таганрог : Издательство Таганрогско-

го государственного педагогического института, 2010. – 64 с. – Рез. англ. – Библиогр.: с. 58 (45 назв.). – ISBN 987-5-87976-640-0. – Текст : непосредственный.

15. **Хлызова, Н. Ю.** Педагогические условия формирования медиакомпетентности вторичной языковой личности : специальность 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования» : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Хлызова Наталья Юрьевна ; Иркутский государственный лингвистический университет. – М., 2011. – 208 с. – Библиогр.: с. 193–208. – Текст : непосредственный.

Учебное издание

Афанасьева Ольга Юрьевна,
Федотова Марина Геннадьевна

ОСНОВЫ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Ответственный редактор
Е. Ю. Никитина

Компьютерная верстка
В. М. Жанко

Подписано в печать 27.10.2021. Формат 60x84 1/16. Усл. печ. л. 2,27.
Тираж 500 экз. Заказ 519. _

Южно-Уральский научный центр Российской академии образования.
454080, Челябинск, проспект Ленина, 69, к. 454.

Учебная типография Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет. 454080, Челябинск, проспект Ленина, 69.