

На правах рукописи



МЯСНИКОВА Татьяна Ивановна

**РАЗВИТИЕ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ
СТУДЕНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

13.00.01 – Общая педагогика, история педагогики и образования

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук

Оренбург – 2011

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет»

**Научный руководитель – доктор педагогических наук, профессор
Ольховая Татьяна Александровна**

Официальные оппоненты: доктор педагогических наук, профессор,
член-корреспондент РАО
Позднякова Оксана Константиновна
кандидат педагогических наук, доцент
Преснов Алексей Андреевич

**Ведущая организация – ФБГОУ ВПО «Волгоградский
государственный социально-
педагогический университет»**

Защита диссертации состоится 27 декабря 2011 г. в 14.00 ч на заседании диссертационного совета по защите докторских и кандидатских диссертаций Д 212.181.01 при Оренбургском государственном университете по адресу: 460018, г. Оренбург, пр. Победы, 13, ауд. 170215

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФБГОУ ВПО «Оренбургский государственный университет» по адресу: 460018, г. Оренбург, пр. Победы, 13

Текст автореферата размещен на сайте ФБГОУ ВПО «Оренбургский государственный университет» www.osu.ru 25 ноября 2011 года.

Автореферат разослан 25 ноября 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор педагогических наук,
профессор



И.Д. Белоновская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Среди общих тенденций мирового развития наиболее значимым является переход к информационному обществу, обуславливающий необходимость существенных изменений в системе образования. В современных педагогических исследованиях в контексте информатизации общества акцентируется внимание на использовании медиа в молодежной среде. Профессионально-ориентированное использование современных информационных технологий и системы Интернет становится для будущих специалистов российского рынка труда насущной потребностью. В связи с этим в 2008 году правительство России утвердило Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, где среди приоритетных направлений развития информационно-коммуникационных технологий названо и медиаобразование.

Коэволюция информационного и образовательного пространства делает актуальной задачу развития медиакомпетентности студентов университета. Педагогическое сопровождение приобретения студентами ценностных ориентиров в медиапространстве, являющимся неотъемлемой частью их жизненного пространства, становится одним из приоритетных образовательных направлений.

Изучение зарубежного медиаобразовательного опыта позволяет аналитически подходить к российским проблемам медиаобразования, способствует расширению и углублению отечественной теории медиаобразования, использованию апробированных эффективных подходов. Особенный интерес для нас представляет изучение теории и практики медиапедагогики Германии, что обусловлено следующими причинами. Во-первых, Германию и Россию связывают давние исторически сложившиеся отношения. Во-вторых, именно в Германии проблеме медиакомпетентности в последние десятилетия уделяется самое пристальное внимание, что выражается в ее детальной теоретической и практической разработанности.

Степень разработанности проблемы. В современной науке созданы предпосылки и накоплен определенный фонд гуманитарных знаний для анализа и решения проблемы развития медиакомпетентности студентов университета.

Первым исследователем влияний коммуникационных технологий

на организацию когнитивных процессов в обществе стал М. Маклюэн. У. Мартин выделил и сформулировал основные характеристики информационного общества. Содержание понятия и типологию «медиа» рассматривали в своих работах Х. Просс, Х. Бонфаделли. Вопросами влияния медиасреды на личность занимались Д. Бааке, Д. Винтер, М. Кастельс, В.П. Коломиец, Л. Микос, У. Сандер, Р. Хофман, Р. Фольбрехт.

Разработке разнообразных направлений и проблем медиаобразования посвящены многие труды отечественных авторов: Л.М.Баженова, О.А. Баранова, Е.А. Бондаренко, Л.С. Зазнобиной, С.Н. Пензина, Ю.Н. Усова, А.В. Федорова.

Общие вопросы сравнительно-педагогических исследований отражены в работах Ю.А. Алферова, Б.Л. Вульфсона, А.Н. Джуринского, Н.Д. Никандрова.

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена рядом **противоречий**, имеющих место между:

- потребностью рынка труда в специалистах, обладающих способностью к профессионально-ориентированному использованию современных информационных технологий и системы Интернет, и недостаточной готовностью выпускников университета к проявлению своего профессионального потенциала в условиях глобального информационного пространства;
- стремлением студентов конструировать медиапространство и их недостаточной подготовленностью к критическому восприятию, потреблению медиа, конструированию медиатекстов, медиаресурсов;
- насущной потребностью практики в актуализации аксиологического аспекта развития медиакомпетентности студентов в условиях университета и его недостаточной разработанностью в педагогической науке.

Таким образом, **проблема** исследования заключается в необходимости определения ценностного ресурса развития медиакомпетентности студентов в образовательном пространстве университета.

Актуальность, теоретическая значимость и недостаточная научно-практическая разработанность проблемы обусловили выбор **темы** исследования: «Развитие медиакомпетентности студентов университета».

Объект исследования: образовательный процесс в университете.

Предмет исследования: развитие медиакомпетентности студентов университета.

Цель исследования: выявить и опытно-экспериментальным путем проверить педагогические условия развития медиакомпетентности российских студентов университета с использованием образовательного опыта высшей школы Германии.

Гипотеза исследования:

Медиакомпетентность характеризует способность личности к обращению с медиа, которая совершенствуется самой личностью под влиянием социализирующих факторов и педагогического сопровождения. Развитие медиакомпетентности студентов университета будет эффективным, если:

- создается образовательное пространство вуза, способствующее ценностному осмыслению студентами современной медиасреды;
- актуализируется субъектная позиция студентов университета в выполнении медиапроектов;
- разрабатывается и внедряется в образовательный процесс университета модель развития медиакомпетентности студентов с использованием педагогического опыта медиатизации личности в высшей школе Германии.

Цель, объект, предмет и гипотеза обусловили **задачи исследования:**

1. Проанализировать степень разработанности исследуемой проблемы в теории и практике медиаобразования России и Германии, уточнить сущность основных понятий и категорий исследования.
2. Определить компоненты, обосновать критерии и уровневые показатели развития медиакомпетентности российских студентов университета.
3. Разработать модель развития медиакомпетентности студентов университета.
4. Проверить в опытно-поисковой работе эффективность модели развития медиакомпетентности студентов университета.
5. Разработать методическое обеспечение развития медиакомпетентности студентов университета.

Методологической основой исследования явились компетентностный и аксиологический подходы, концептуальные положения медиаобразования и становления личности.

Теоретическая основа исследования базируется на:

- концептуальных положениях компетентностного подхода (В.И. Байденко, И.Д. Белоновская, И.А. Зимняя, Н.С. Сахарова,

А.В. Хуторской);

– теории медиаобразования (Д. Бааке, С.Н. Пензин, А.В. Спичкин, Г. Тулодцики, Ю.Н. Усов, А.В. Федоров, А.В. Шариков, Б. Шорб);

– исследованиях в профессиональном и массовом медиаобразовании (И.В. Жилавская, Н.В. Змановская, А.П. Короченский, Х. Нисито, А.А. Преснов);

– междисциплинарной аксиологической теории (Т. К. Ахаян, В.П. Бездухов, Г.П. Выжлецов, М.С. Каган, А.В. Кирьякова, Н.Д. Никандров, В.А. Сластенин, Л.Н. Столович);

– работах, посвященных рассмотрению медиаобразования в антропологическом контексте (С. Ауфенангер, Ю. Вермке, Г. Марси-Бенке, М. Рат, Ф. Фредеркинг, Д. Шпанхель,);

– педагогических теориях социализации личности (Б.М. Бим-Бад, Д. Зюсс, Н.А. Каргапольцева, А.В. Мудрик, Д. Хофман);

– работах, посвященных исследованию проблем современного университетского образования (Г.А. Бордовский, В.Д. Повзун, О.К. Позднякова, А.А. Реан, Ю.В. Сенько, Н.К. Сергеев, А.П. Тряпицына, Т.А. Ольховая);

– исследованиях, раскрывающих сущностные характеристики образовательного пространства (С.К. Бондырева, Н.М. Боротко, В.А. Козырев, Э.К. Самарханова).

В соответствии с поставленными задачами и методологией в исследовании используются следующие **методы исследования**: анализ философской, психологической, педагогической, методической литературы и аутентичных источников составил основу формулирования теоретических позиций исследования. Методы эмпирического исследования включили обобщение отечественного и зарубежного опыта; сопоставительный анализ; наблюдение; анкетирование; медиабиографический метод; метод нарративного анализа медиатекста; поисковую деятельность; статистическую обработку материалов исследования с помощью программного обеспечения GrafStat, Excel.

База исследования: ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет», Педагогический институт Людвигсбург (Германия), ФГБОУ ВПО «Оренбургского государственного института менеджмента», Оренбургский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Московская государственная юридическая академия имени О.Е. Кутафина».

Этапы исследования:

1. Первый этап (2006 – 2008 гг.): изучение состояния проблемы в научной литературе и педагогической практике, выбор и теоретическое осмысление темы, разработка исходных позиций исследования, проведение диагностики сформированности медиакомпетентности российских студентов, определение гипотезы опытно-экспериментальной работы.

2. Второй этап (2008 – 2010): реализация педагогических условий развития медиакомпетентности студентов в образовательном процессе Оренбургского государственного университета; анализ теоретического и практического опыта медиаобразования в Германии во время научной стажировки в Педагогическом институте Людвигсбург (в рамках стипендии для молодых ученых и аспирантов Германской службы академических обменов – DAAD: Deutscher Akademischer Austauschdienst); реализация в образовательном процессе педагогического института Людвигсбург авторского спецкурса: «Роль СМИ и проблема медиакомпетентности в сравнительном аспекте России и Германии»; проведение диагностики ценностного отношения российских и немецких студентов высшей школы к медиапространству.

3. Третий этап (2010 – 2011 гг.): проверка эффективности педагогических условий, обеспечивающих развитие медиакомпетентности российских студентов высшей школы с использованием педагогического опыта развития медиакомпетентности в высшей школе Германии.

4. Четвертый этап (2011г.) – обработка и обобщение полученных данных; формулирование выводов и подведение итогов исследования.

Научная новизна исследования:

- уточнено содержание понятия «медиакомпетентность», определяемое как результат личностно-субъектных обретений студента в процессе формального и неформального обучения;

- обоснован педагогический аспект феномена медиасреды в современном информационном обществе как жизненного и образовательного пространства студентов университета;

- выделены уровни (индифферентный, потенциально-технологический, креативно-технологический, ценностно-смысловой); критерии (когнитивный, эмотивно-ценностный, деятельностный) и показатели (знание о медиа, медиапотребление, медиакритика, медиаконструирование) развития медиакомпетентности студентов университета;

- разработана модель развития медиакомпетентности студентов

университета, отражающая ориентацию на ценностно-смысловое конструирование их медиапространства; определены этапы реализации модели (диагностический, обучающий, деятельностный).

Теоретическая значимость исследования:

– российское медиаобразование дополняется знаниями о медиакомпетентности, ее показателях, концепции развития медиакомпетентности личности из области немецкого медиаобразования, что обеспечивает базу для дальнейших исследований медиаобразовательных проблем;

– раскрыта аксиологическая составляющая развития медиакомпетентности за счет выявления и актуализации ценностно-смыслового содержания медиапотребления студентов университета, что может быть использовано в разработке концептуальных положений развития медиакомпетентности личности.

Практическая значимость заключается в том, что:

– разработано научно-методическое обеспечение процесса развития медиакомпетентности студентов университета, электронный образовательный ресурс, созданный в рамках изучения немецкого языка, способствует как освоению студентами функциональной медиаграмотности, так и развитию у студентов медиакритики как ценностно-смыслового компонента медиакомпетентности.

– подготовлены и апробированы в образовательном процессе высшей школы авторские спецкурсы: «Роль СМИ и проблема медиакомпетентности в сравнительном аспекте России и Германии», «Медиапроекты в исследовательской деятельности студента университета», которые могут быть использованы в качестве программно-методических материалов курсов повышения квалификации преподавателей и работников образования;

– представлены методические рекомендации, обеспечивающие интеграцию в вузовские дисциплины медиаобразовательных задач.

Достоверность результатов исследования обеспечена методологической обоснованностью исходных положений; реализацией оптимального набора теоретических и эмпирических методов, адекватных цели и задачам исследования; завершенностью опытно-педагогической работы, подтверждающей первоначально выдвинутую гипотезу, валидностью выборки с целью получения опытно-экспериментальных данных.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Медиакомпетентность есть результат личностно-субъектных обретений студента в процессе формального и неформального обучения, характеризующий индивидуальную готовность личности к обращению с медиа. Показателями развития медиакомпетентности студентов университета являются:

- знание о медиа, охватывающее классическую информационную и инновационную составляющие представлений о медиа;
- медиапотребление, выражающееся в рецептивном использовании медиа;
- медиакритика, охватывающая владение аналитическими, рефлексивными умениями, способность к оценочной аргументации.
- медиаконструирование, которое определяется умением студентов учитывать изменчивость и новшества современной медиасреды; креативным умением конструирования медиатекстов в образовательном и профессиональном контекстах.

2. Педагогическое сопровождение развития медиакомпетентности студентов университета есть деятельность педагога по созданию условий для принятия студентами оптимальных решений в процессе приобретения ими знаний, умений и ценностных отношений в медиапространстве.

3. Аксиологический подход в медиаобразовании реализуется на основе развития ценностного отношения студентов и медиакритики. Ценностное отношение студентов к медиапространству представляет собой осмысленное медиапотребление и обращение с медиа. Медиа являются основой для определения студентами нормативных базовых убеждений и, как источник ценностей, имеют релевантное значение в их личностно-профессиональном развитии. Медиакритика – аксиологический феномен, ориентированный на совершенствование готовности личности к оценочной аргументации. Медиакритика направлена на детальное рассмотрение и анализ отдельных медиа, кроссмедийных СМИ, развитие медиа в обществе, оценку условий производства, формы, содержания и дистрибьюции (включая правовой, политический и экономический аспекты), а также на рефлекссию и медиапотребление в различных жизненных контекстах.

4. Ведущим педагогическим условием развития медиакомпетентности является актуализация субъектной позиции студентов университета, обеспечивающая восхождение личности к ценностям образования в выполнении исследовательских

медиапроектов, при реализации этапов которого учитывается согласованность действия механизмов: «поиск → оценка → выбор → проекция».

5. Разработке и успешной реализации в образовательном процессе университета модели развития медиакомпетентности студентов способствует интерпретация педагогического опыта медиатизации личности в высшей школе Германии.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялись в ходе выступлений на международных (Санкт-Петербург, 2008; Белгород, 2010; Москва 2010), всероссийских (Челябинск, 2008; Оренбург, 2008-2011) научно-практических конференциях.

Личный вклад автора состоит в теоретической разработке основных положений педагогического исследования, непосредственном участии, осуществлении и руководстве проведением опытно-экспериментальной работы, анализе и обсуждении результатов теоретического и опытно-экспериментального этапов исследования.

Структура диссертации. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснованы актуальность и степень разработанности проблемы, сформулированы противоречия, методологический аппарат исследования, определены этапы и база исследования.

В **первой главе «Теоретические основы исследования медиакомпетентности»** представлены описание исследуемого объекта, результаты анализа философской, социологической, психолого-педагогической литературы и теоретическая модель разрабатываемой проблемы. Проведенный теоретический анализ позволил определить существенные для исследования характеристики понятий: «медиа», «медиасреда», «медиакомпетентность».

В научном дискурсе нет единого определения понятия «медиа». Изначально термин «media» использовался для обозначения различных средств коммуникации (М. Маклюэн). Позже медиа рассматривались как нуждающиеся в интерпретации символические системы, которые различаются по способам декодирования. Наряду с техниче-

ской типологией можно различать значение понятия «медиа» по его употреблению (Х. Просс, Х. Бонфаделли).

Социальное функционирование коммуникационных технологий образует медиасреду (медиапространство) конкретного общества. Современное развитие медиасреды российского общества характеризуется технологической экспансией – одновременным «включением» в повседневный обиход многоканального телевидения и мультимедийного контента на базе Интернет (В.П. Коломиец).

Кроме того, жизненный мир является также миром медиа, истории из жизни всегда частично затрагивают медиа. Это позволяет признать, что медиа участвуют в общественных процессах индивидуализации и биографизации жизнеописаний (Д. Бааке, У. Сандер и Р. Фольбрехт).

В отечественном образовательном пространстве один из ведущих специалистов по медиаобразованию А.В. Федоров определяет медиакомпетентность личности как «совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный / оценочный, практико-операционный / деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме». Однако за пределами внимания исследования остается аксиологический аспект развития медиакомпетентности личности.

Медиакомпетентность в немецкоязычном научном дискурсе уже долгое время является не только медиаобразовательным понятием, но и общественным конструктом, оценочной системой с определенными функциями в медиаобществе, которые транслируются посредством масс-медиа. В различных научных дискурсах понятие медиакомпетентности имеет разную наполняемость. Например, в сфере экономики медиакомпетентность определяется как фактор производства, в области медиа-права – как регулирующий фактор в контексте защиты прав детей и прав потребителей, а в политике – как показатель демократической компетенции. В широком понимании медиакомпетентность определяется как установка индивидуума или социальной системы на самоорганизацию, основанной на умении индивидуума эффективно внедрять технические медиа в сферу коммуникации, осознавать влияние медиа и препятствовать данному влиянию с целью улучшения ка-

чества жизни в информационном обществе (Х. Гапски).

В педагогическом научном поле Германии медиакomпетентность рассматривается как компонент коммуникативной компетентности и определяется как владение способностью осмысленно выбирать и использовать медиатехнологии, создавать и распространять собственные медиатексты, разбираться в медиадизайне, распознавать и анализировать влияние медиа, видеть и оценивать условия производства и распространения медиа (Д.Бааке, Г. Тулодцки).

Данные определения раскрывают не только умения личности, но и рефлексию о собственной деятельности, связанной с медиа, о формате медиа и медиакритике – и тем самым включают в себя имманентно как этический, так и социализирующий аспекты.

Исходя из представленной неоднородности научного поля понятия нами предложено следующее определение: «Медиакomпетентность есть результат личностно-субъектных обретений студента в процессе формального и неформального обучения, характеризующий индивидуальную готовность личности к обращению с медиа».

Соотнеся показатели развития медиакomпетентности немецких и российских медиапедагогов, в диссертации отмечено, что наибольшее значение имеет развитие у обучающихся способности к критическому мышлению (Н.В. Змановская, Е.В. Мuryюкина, Х. Нисито, А.В. Шариков, И.В. Челышева).

Следуя логике нашего исследования, мы сравнили показатели самых популярных в России и Германии концепций медиакomпетентности (А.В. Федоров, Д.Бааке) и выявили, что наибольшим ценностно-смысловым содержанием обладает показатель медиакритики, дифференцируемый на следующие уровни: аналитический, рефлексивный, этический. Многопрофильное практическое применение данной концепции в различных образовательных учреждениях Германии, а также разработка на ее основе разнообразного дидактического материала для преподавателей представили одно из оснований использовать ее в построении модели развития медиакomпетентности российских студентов университета.

Медиакomпетентность обозначена в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования (ФГОС ВПО - 03) как результат образования будущих профессионалов. В исследовании представлен анализ требований к результатам освоения основных образовательных

программ бакалавриата по направлениям: филология, психология, педагогическое образование, прикладная информатика, строительство, технология продукции и организации общественного питания. Исходя из задач нашего исследования, мы акцентировали внимание не только на техническом аспекте использования студентами медиа, но и тех компетенциях, которые способствуют развитию медиакритики (способность к формулировке аргументированных умозаключений; владение культурой мышления; способность к восприятию, анализу, обобщению информации и др.). Проведенный теоретический анализ позволил разработать логику исследования, представленную в содержании модели (рисунок 1), а также определить педагогические условия развития медиакомпетентности российских студентов высшей школы: определение медиапространства, внутри которого происходит присвоение медиакомпетентности, как жизненного и образовательного пространства студентов высшей школы; актуализация субъектной позиции российских студентов высшей школы в выполнении медиапроектов; использование в образовательном процессе российского университета педагогического опыта медиатизации личности в высшей школе Германии.

В качестве ценностно-смысловой матрицы развития медиакомпетентности студентов университета нами использовалась согласованность действия механизмов: «поиск → оценка → выбор → проекция», обеспечивающих восхождение личности к ценностям (А.В.Кириякова). Данные механизмы служат преподавателям при формировании ценностно-смыслового отношения студентов к медиапространству регулирующим и содержательным ориентиром.

Во второй главе «Опытно-экспериментальная работа по развитию медиакомпетентности студентов университета» приведены содержание, логика проведения и результаты экспериментальной части диссертационного исследования.

На констатирующем этапе эксперимента были определены следующие задачи: раскрытие педагогической сущности развития медиакомпетентности студентов высшей школы в России и Германии; разработка критериев, уровней и этапов развития медиакомпетентности студентов; выявление исходного уровня развития медиакомпетентности российских студентов университета; определение медиапредпочтений российских и немецких студентов в сравнительном анализе.



Рисунок 1 – Модель развития медиакомпетентности студентов университета

По результатам теоретического и практического анализа были выявлены и охарактеризованы уровни развития медиакомпетентности студентов университета по критериальным показателям, отражающие особенности работы над медиапроектами (Таблица 1).

В рамках констатирующего этапа исследования нами проводилась диагностика сформированности медиакомпетентности студентов, в которой приняли участие 541 студент Оренбургского государственного университета.

В результате факторного анализа полученных данных диагностирования с использованием программных приложений GrafStat и Excel индифферентным уровнем обладали 43,1 % студентов, потенциально-технологическим – 54,9 %, креативно-технологическим – 1,5%, ценностно-смысловым – 0,5% студентов.

Помимо этого, наблюдение за подготовкой студентов к ежегодным научно-практическим конференциям позволило зафиксировать недостаточную готовность студентов ОГУ к поиску необходимой информации, систематизировать, выявлять ее научность, достоверность и конструктивную значимость.

Кроме того, в процессе опытно-экспериментальной работы была проведена комплексная диагностика «Медийные предпочтения студентов». На этапе констатации в исследовании приняли участие 200 студентов Педагогического института Людвигсбург и 250 студентов Оренбургского государственного университета. Данная диагностика позволила выявить в сравнительном аспекте медийные предпочтения как ценностные ориентации в медиапространстве немецких и российских студентов. В результате сравнения были выявлены общие повторяющиеся медийные предпочтения студентов России и Германии. При ответе на вопрос о наиболее используемом медиа в свободное время российские и немецкие студенты поставили Интернет на первое место (49,5% - российские студенты; 51% - немецкие студенты). При анализе диагностических данных были отмечены расхождения российских и немецких студентов в мотивах медиапотребления, а также в предпочтении медийных тем. Отмечая основные мотивы контакта с медиа, российские студенты поставили на первое место «стремление получить новую информацию» (67%), немецкие студенты предпочли «стремление к развлечению» (84%).

На первые три места предпочитаемых тем в медиа российские студенты поставили молодежную, любовную и историческую темы (49%, 45%, 41%), немецкие студенты отдали предпочтение любовной,

исторической и событийным темам (53%, 44,5%, 43%).

Таблица 1 – Уровни развития медиакомпетентности студентов университета по критериальным показателям

Показатели	Характеристика уровней развития медиакомпетентности			
	Индифферентный	Потенциально-технологический	Креативно-технологический	Ценностно-смысловой
знание о медиа	крайне скудные, минимальные знания базовых терминов, теорий, фактов истории развития медиакультуры, массовой коммуникации, медийных воздействий, творчества деятелей медиакультуры	знания отдельных базовых терминов, теорий, некоторых фактов истории развития медиакультуры, массовой коммуникации, медийных воздействий, творчества отдельных деятелей медиакультуры	знания большинства базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, выраженное стремление понять процесс массовой коммуникации, медийных воздействий	знания большинства базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, ясное понимание процесса массовой коммуникации и медийных воздействий
медиакритика	наличие преконвенционального уровня морального развития, безучастное отношение к медиaproстранству, нет стремления выделить в содержании медиатекста проблему, нравственную дилемму	наличие преконвенционального или конвенционального уровня морального развития, осознанное отношение к медиaproстранству, нет стремления выделить в содержании медиатекста проблему, нравственную дилемму	наличие преконвенционального / конвенционального уровня морального развития, осознанное отношение к медиaproстранству, стремление выделить при педагогической поддержке проблему, нравственную дилемму	наличие конвенционального / постконвенционального уровня морального развития, ценностно-смысловое отношение к медиaproстранству, стремление выделить самостоятельно проблему, нравственную дилемму
медиапотребление	отсутствие ярко выраженных медиапредпочтений	предпочтение отдано использованию Интернета преимущественно с развлекательной целью	предпочтение отдано использованию Интернета, стремление к поиску материалов для учебных, научных, исследовательских целей.	использование разных медиа, стремление к поиску материалов для учебных, научных, исследовательских целей
медиаконструирование	пассивная позиция в использовании инструментально-технических возможностей медиа;	активная позиция в использовании инструментально-технических возможностей медиа при конструировании медиатекста	активная позиция в использовании инструментально-технических возможностей медиа	активная позиция в использовании инструментально-технических возможностей медиа

Результаты констатирующего этапа опытно-экспериментальной работы выявили недостаточный уровень развития медиакомпетентности студентов университета, их основные медийные предпочтения как ценностные ориентации в медиaprостранстве.

На формирующем этапе опытно-поисковой работы проверялась эффективность педагогических условий развития медиакомпетентности студентов университета.

Базой формирующего этапа исследования выступили факультет журналистики и факультет экономики и управления Оренбургского государственного университета. На данном этапе приняли участие 247 студентов.

Первое педагогическое условие - создание образовательного пространства вуза, способствующего ценностному осмыслению студентами современной медиасреды. Смысловой основой реализации данного педагогического условия служила медиакритика как базовый показатель развития медиакомпетентности студентов университета.

На основе образовательного стандарта по дисциплине «Иностранный язык» на занятиях немецкого языка был получен дополнительный образовательный эффект, относящийся к результатам нашего исследования – совершенствование медиакомпетентности. Средствами достижения этой цели послужили:

- разработанный авторский электронный образовательный ресурс: «Изучаем немецкий язык», имеющий ценностно-ориентированный контент, и позволивший студентам осмыслить важность развитой медиакомпетентности в профессиональной деятельности, выявивший потребность студентов в обсуждении тем, имеющих социально значимые основания, тем, позволяющих идентифицировать себя с окружающим миром;

- вариативный спецкурс «Медиапроекты в исследовательской деятельности студента университета», который обеспечил педагогическое сопровождение, позволившее студентам описать собственную медиабитографию, получить необходимое знание о медиа, развить умение анализировать медиатексты с наличием нравственной дилеммы, что способствовало эффективной работе над медиапроектами;

- программное приложение по созданию и обработке опросов GrafStat на немецком языке, объединяющее в себе функции построения опроса, сбора данных, статистическую обработку данных и

их графическое представление, стимулирующее студентов к самостоятельной научно-исследовательской деятельности.

В рамках реализации формирующего этапа эксперимента была проведена серия проблемных семинаров с немецким преподавателем на немецком языке по теме выборов российского Президента в масс-медиа России и Германии среди студентов факультетов журналистики и экономики. Для студентов были поставлены следующие задачи: систематизировать информацию обозначенной темы из русских и немецких масс-медиа; сравнить представленную информацию по теме; сформулировать аргументированное мнение по обозначенной проблеме. Нормативные убеждения, представленные как в российских, так и немецких масс-медиа, служили для студентов образцом выражения собственной точки зрения. Эффективным в организации данного семинара мы сочли участие высококвалифицированного немецкого преподавателя, представляющего свои собственные нормы и оценки при комментариях того или иного медиатекста, объясняющего немецкие реалии. Пробелы обнаружились в умении студентов оперировать в дискуссии политическими, социально значимыми понятиями (демократические принципы, свобода слова, критика, основы государства, социальные гарантии и др). С учетом этого факта в программу семинаров была включена работа над терминами, дающим нормативную основу развития собственной оценочной аргументации.

Второе педагогическое условие развития медиакомпетентности студентов университета - актуализация субъектной позиции студентов университета в выполнении исследовательских медиапроектов. Реализация педагогического условия заключалась в осуществлении этапов выполнения исследовательских медиапроектов.

В практической части исследования представлен опыт внедрения групповых и индивидуальных медиапроектов, выполненных студентами университета. В процессе работы над медиапроектом «Урал – идентичность на границе Европы и Азии» студенты определили понятие «идентичность», провели количественную диагностику для выявления сущности уральской идентичности и проанализировали полученные результаты. Выполняя ряд поставленных задач, студенты использовали в полной мере различные медиа – Интернет, книги, прессу. Также было проведено исследование в рамках данного медиапроекта: «Урал и идентичность в масс-медиа». Для поиска материала по заданной теме студенты-журналисты

использовали самые популярные поисковые системы Рунета, локальные средства массовой информации, аудиовизуальные медиатексты, затрагивающие исторические события в Оренбургской области.

Проведенный на немецком языке семинар с презентацией исследовательских работ студентов из Оренбурга, Ижевска, Перми и Екатеринбурга позволил определить для студентов значимость самой темы и использования в исследовательской деятельности всех имеющихся в наличии медиасредств. В результате реализации данного медиапроекта студенты не только обогатили знания о локальном медиаландшафте, но смогли проанализировать и сравнить собственное понимание идентичности с пониманием студентов других городов Урала.

Медиапроект, заключающийся в сравнительном анализе медийных стереотипов в немецкой комедии «Красавчик» Т. Швайгера и российской мелодрамы «Розыгрыш» А. Кудиненко был проведен и представлен студенткой факультета журналистики Э. Хасаншиной на студенческой научной конференции в 2009 г. На основе медиапредпочтений была обозначена тема, выбраны медиатексты и определены задачи исследовательской деятельности. В ходе работы над медиапроектом студенткой было определено понятие «медийные стереотипы»; на основе структуры сюжетных стереотипов были выбраны схожие немецкий и российский фильмы; был проведен сравнительный анализ элементов представленных медиатекстов, содержащих стереотипы комедийного жанра.

В медиапроекте «Музыка – созидаящая или разрушающая сила в мире подростков?» студентом факультета журналистики А. Рабцевичем выявлены и проанализированы музыкальные предпочтения подростков 15 – 16 лет, учеников средней школы №1 г. Абдулино Оренбургской области. Проект был реализован при помощи программного приложения по созданию и обработке опросов GrafStat. Данная диагностика позволила определить уровень ценностных ориентаций подростков и обозначить формы взаимодействия с учителями. Самостоятельный выбор темы, критичное отношение к медиапродукции шоу-бизнеса, мотивация в получении знания о формах влияния медиатекстов на подрастающее поколение и активная позиция в использовании нового программного приложения определили ценностно-смысловой уровень медиакомпетентности студента.

При реализации третьего педагогического условия – разработка и внедрение в образовательный процесс университета модели развития медиакомпетентности студентов с использованием педагогического опыта медиатизации личности в высшей школе Германии – на занятиях немецкого языка и вариативном спецкурсе использовались следующие медиаобразовательные методы:

1. Медиабиографический метод. Размышляя над медиабиографией, студенты ретроспективно рефлексировали над своим использованием медиа в детстве. Полученные знания о разнообразных функциях и пользовательских возможностях медиа были перенесены студентами на сегодняшний день, что способствовало комплексному пониманию роли медиа в их повседневности.

2. Метод нарративного анализа медиатекста. При развитии медиакритики, обращая внимание студентов на авторский замысел медиатекста, на социальную основу возникновения медиапродукта, на передаваемые ценности в данном продукте, был применен в учебном процессе алгоритм рефлексивной деятельности, основным компонентом которого явилось выделение нравственной дилеммы в тексте, выраженной автором посредством столкновения двух альтернативных ценностей. Использование данного метода побуждало студентов к выявлению представленной автором нравственной дилеммы, способствовало обращению к собственной жизни, к анализу собственных ценностей, соотнесению их друг с другом, с нормами морали и как результат – конструированию собственных ценностных позиций.

3. Метод нравственных дилемм Л.Кольберга. Аргументируя свои высказывания по представленной нравственной дилемме Кольберга, студенты были как эгоцентричны, так и ориентированы на мораль общества. Поэтому соотнеся в процессе анализа данных тестирования медиапредпочтения и ступени морального развития студентов, было определено ценностное осмысление студентами медиапотребления – Будет ли студент слушать социально значимые радиопередачи или ограничится музыкой? Будет ли студент заинтересован в решении вопроса политики университета и организует обсуждение в социальной сети (например, «В контакте») или там же будет рассылать друзьям видео с насилием? Выявив, таким образом, ценностное осмысление медиапространства студентов, мы имели возможность не только способствовать дальнейшей активной работе с медиа, но и корректировать студентам медиапотребление.

Сравнительный анализ результатов опытно-педагогической работы позволил сделать вывод о том, что обозначенные нами педагогические условия способствуют развитию медиакомпетентности студентов университета, о чем свидетельствует положительная динамика развития уровней медиакомпетентности студентов университета (рисунок 2).

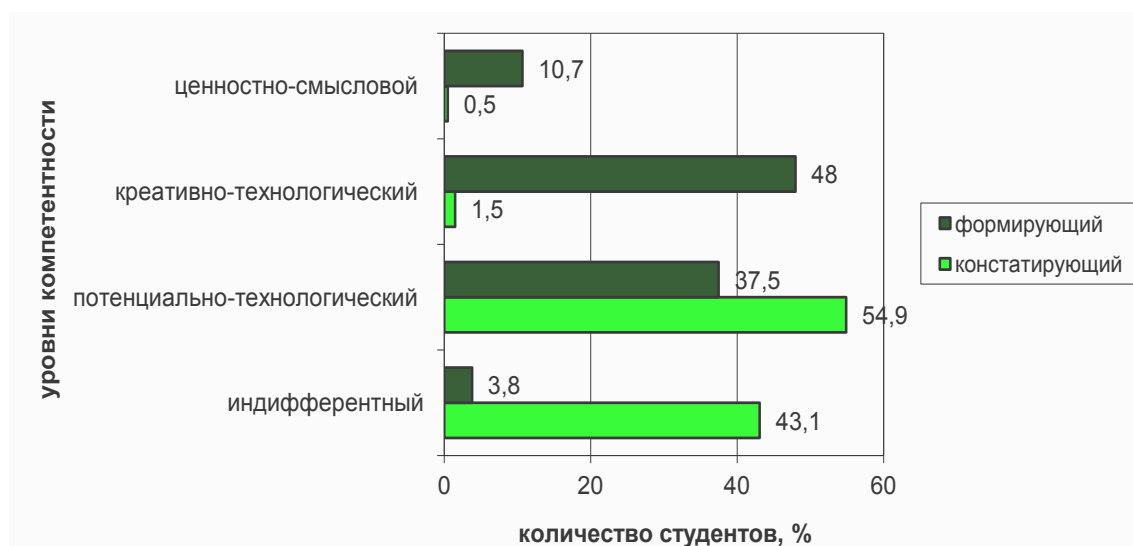


Рисунок 2 - Динамика развития уровней медиакомпетентности студентов ОГУ

Студентов, обладающих ценностно-смысловым и креативно-технологическим уровнями развития показателей медиакомпетентности, характеризует наличие знания большинства базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, ясное понимание процесса массовой коммуникации и медийных воздействий в контексте реального мира; ценностно-смысловое отношение к медиапространству, стремление выделить самостоятельно в содержании медиатекста проблему, нравственную дилемму; использование Интернета (или разных медиа), стремление к поиску материалов для учебных, научных, исследовательских целей; активная позиция в использовании инструментально-технических возможностей медиа при конструировании медиатекста.

В заключении обобщены основные выводы диссертационного исследования, содержательно представленные в научной новизне, теоретической и практической значимости, положениях, выносимых на защиту, которые в целом подтверждают образовательную правомоч-

ность заявленной гипотезы.

Выполненная диссертационная работа открывает перспективы для исследования следующих проблем: проектирование технологий медиаобразования, выявление особенностей развития медиакомпетентности преподавателей, разработка новых электронных образовательных ресурсов с учетом уровневости высшего образования.

Основное содержание диссертационного исследования отражено в следующих публикациях автора:

1. Мясникова, Т. И. Медиаобразование в России – перспективы азвития медиакомпетентности студентов университета / Т. И. Мясникова //Вестник Костромского государственного университета им. Некрасова: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. – 2009. – № 4. – С. 75–79 (Реестр ВАК).

2. Мясникова, Т. И. Сравнительный анализ медийных предпочтений российских и немецких студентов: аксиологический ракурс / Т. И. Мясникова //Вестник Оренбургского государственного университета. – 2010. – № 9. – С. 25–32 (Реестр ВАК).

3. Мясникова, Т. И. Современные тенденции развития медиаобразования Германии / Т. И. Мясникова // Высшее образование сегодня. – 2011. – № 1. – С. 88–90 (Реестр ВАК).

4. Мясникова, Т. И. Развитие медиакомпетентности студентов-журналистов средствами немецкого языка / Т. И. Мясникова // Интеграция методической (научно-методической) работы и системы повышения квалификации кадров : материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. – Челябинск : Образование, 2008. – С. 83–86.

5. Мясникова, Т. И. Современные подходы к проблеме медиаобразования / Т. И. Мясникова // Интеграция науки и образования как условие повышения качества подготовки специалистов: материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2008. – Секция 4. – С. 70-76.

6. Мясникова, Т. И. Образовательные тенденции в современном обществе // Труды кафедры общей педагогики Оренбургского государственного университета. – Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2008. – Вып. 4. – С. 149–155.

7. Мясникова, Т. И. Медиакомпетентность в системе научно-исследовательской деятельности студентов / Т. И. Мясникова // Наука, образование, инновации : тезисы выступлений участников I Всерос. конф. 10–12 нояб. 2008 г. / сост.: А. И. Ракитов, А. Э. Анисимова, В. М. Кондратьев, М. Н. Русецкая. – М. : МГПУ, 2008. – С. 73–76.

8. Мясникова, Т. И. Педагогические аспекты сетевой субкультуры / Т. И. Мясникова // Математика. Информационные технологии. Образование: сб. науч. тр. – Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2008. – С. 315–318.
9. Мясникова, Т. И. Феномен «Медиа» и тенденции развития медиаобразования в Германии / Т. И. Мясникова // Журналистика и медиаобразование-2010 : сб. тр. IV Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. проф. А. П. Короченского, проф. М. Ю. Казак. – Белгород : Изд-во БелГУ, 2010. – С. 318–323.
10. Мясникова, Т. И. Медиакомпетентность в образовательных стандартах нового поколения (ФГОС ВО – 03) / Т. И. Мясникова // Актуальные проблемы реализации образовательных стандартов нового поколения в условиях университетского комплекса : материалы Всерос. науч.-метод. конф. – Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2011. – С. 1761–1768.
11. Мясникова, Т. И., Ольховая, Т.А. Развитие медиакомпетентности студентов университета: учебно-методическое пособие / Т.И. Мясникова, Т.А. Ольховая - М.: Дом педагогики. – 2011.- 120 с.
12. Мясникова, Т. И., Механизмы развития ценностных ориентаций студентов-журналистов в медиапространстве / Т. И. Мясникова // Современное журналистское образование : компетентностный подход / под ред. Г. В. Лазутиной. – М. : МедиаМир, 2011. – 230 с.

Отпечатано в типографии ОГДО
О.Г.Р.Н. 1035605503746
Формат 60х84 1/16. Бумага офисная. Усл. печ. л. 1.4
Тираж 100 экз. Заказ 75
г. Оренбург, ул. Пролетарская, 33