

ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ ПОД ВЛИЯНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Пищова Анна Владимировна, к.п.н., доцент,
Белорусский государственный педагогический университет,
Давыдовский Анатолий Григорьевич, к.б.н., доцент,
Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

В эпоху информационного общества молодое поколение предпочитает реализацию рекреационной, поисковой, коммуникационной и образовательной деятельности в медиасреде Интернет. При этом особую роль приобретают знания, навыки и умения работы с различными медиатекстами, что составляет основу медиакомпетентности (МК), которая занимает приоритетное значение в системе информационной культуры студентов и специалистов, обеспечивая эффективность освоения, использования и продуцирования медиатекстов (МТ), а также обеспечивая информационно-психологическую безопасность личности в условиях «информационного взрыва». Развитие МК основано на медиаграмотности, формирующейся в процессе взаимодействия с медийным миром и являющейся результатом медиаобразования [1].

МК является результатом медиаобразования, характеризующий уровень медиакультуры, обеспечивающий понимание личностью социокультурного, экономического и политического контекста функционирования современных медиаресурсов и медиасредств, что свидетельствует о способности личности быть носителем и передатчиком медиакультурных ценностей и стандартов, эффективно взаимодействовать с современной сложной медиасредой, создавать новые элементы медиакультуры современного общества [2].

В глобальном информационном обществе МК позволяет свободно ориентироваться в медиаресурсах, воспринимать, оценивать, интерпретировать, использовать и создавать МТ. Уровень МК, как и медиаграмотности субъекта может возрастает в течение всей жизни в процессе восприятия, обработки, использования и создания профессиональных, образовательных, познавательных, дискуссионных, социально-политических, эстетических, этических и других МТ. Повышать степень МК возможно на протяжении всей жизни человека в процессе обработки и интерпретации образовательной, познавательной, эмоциональной, эстетической и этической медиаинформации [3]. Эффективность использования МТ и медиасредств обусловлена возрастом, образовательным уровнем, степенью владения информационными технологиями, психофизиологическими особенностями и опытом работы с МТ и способностью использовать их для решения реальных профессиональных и жизненных проблем [4].

Цель работы – анализ развития МК будущих педагогов под влиянием различных видов социальных медиа.

В исследовании приняли участие 90 студентов 2 курса биологического факультета Белорусского государственного университета (15 юношей и 75 девушек) в возрасте 18–22 года (средний возраст 18,8 лет). Была проведена оценка активности студентов в блогосфере и социальных сетях для оценки уровня сформированности у них МК. Установлено, что студенты являются достаточно активными пользователями Сети: в среднем в Интернете они проводят 4,76 часа в день в течение 7 дней в неделю (на это указали 81,1% респондентов; среднее количество проводимых в Интернете дней в неделю – 6,6). Стаж работы в Интернете у основной части студентов составляет свыше 3 лет (83,3%). Спектр наиболее часто посещаемых блогов различен и связан с предпочитаемыми интересами студенческой молодежи:

наиболее часто указывались такие, как учеба (иностранные языки, биология, химия, психология и т.д.), юмор и развлечение, здоровый образ жизни, религия и верования, мода, косметология и др.

Информацию, размещенную в блоге, студенты преимущественно используют в целях личного развития (1 ранговое место), учебной деятельности (2 место) и профессионального развития (3 место).

Собственные блоги имеют довольно ограниченное количество студентов (14,4%), в том числе, на платформах «LiveJornal», «LiveInternet», «Tumbler.com» и др.

Причем студенты достаточно критично относятся к содержанию информации, размещаемой в блогах: считают блог источником информации 50,0% респондентов, доверяют предоставляемой информации лишь 18,9%, используют блог в целях расширения кругозора 47,8%, рассматривают его как средство массовой информации 33,3%. Интерес к блогам других людей испытывают 52,2% студентов, что подтверждается данными о том, что респонденты редко вступают в полемику с авторами блога (28,9%) и комментируют его содержание (37,8%), редко принимают участие в мероприятиях, информация о которых размещена в блогах, или flashmob (27,8%). Вместе с тем, они готовы нести юридическую ответственность за записи в своем блоге и отзывы к другим (48,9%), а также отстаивать свою позицию в реальной жизни (66,7%).

Анализ активности в социальных сетях позволил выявить некоторые гендерные различия сетевого поведения студентов. Девушки проявляют более высокий уровень социальной активности, причем, как в количестве аккаунтов: в среднем, они являются пользователями 4 социальных сетей, юноши – 3, так и их содержательных характеристиках: юноши указали 8 наименований социальных сетей, девушки – 22. Однако различий в предпочтениях не выявлено: наиболее популярными у студентов являются такие сети, как «Вконтакте» (и

юноши, и девушки 100%), «YouTube» (юноши – 80%, девушки – 59%), «Facebook» (юноши – 34%, девушки – 49%), «Twitter» (юноши – 20%, девушки – 44%). У девушек значительно больше друзей в социальных сетях (105 против 91 у юношей); в друзья они также чаще приглашают одноклассников (88,7% против 53,3% у юношей). Отличается и информация, представляемая в Сети: собственная фотография на аватаре аккаунта присутствует у 86,7% юношей и 91,6% девушек; правдивость информации о себе подтвердили 73,3% юношей и 98,6% девушек. Таким образом, девушки полагают себя более искренними в представлении информации, однако, склонны менее доверять содержанию анкетной информации других пользователей: считают ее недостоверной 26,8% девушек и только 13,3% юношей. Это косвенно свидетельствует о проявлении большей осторожности и предусмотрительности в «виртуальном» общении у девушек, чем у юношей, что подтверждается и результатами оценки загрузки контента: 100% юношей регулярно загружают в социальную сеть определенный контент (фото, видео и др.), среди девушек таких оказалось 92%. Юноши также менее доверяют «мифу» о киберзависимости (20% отрицают возможность возникновения зависимости), однако, чаще, чем девушки, признаются в наличии желания посетить сеть. Девушки чаще задумываются о проблеме зависимости и склонны контролировать свое пребывание в сети. Выявлены гендерные особенности и в оценке значимости общения в социальной сети. Если первое ранговое место у представителей обоего пола занимает коммуникативная функция, то для юношей важны развлекательная функция и возможность саморазвития и рефлексии, а для девушек – функция сплочения и удержания социальных связей и затем релаксационная. Необходимо отметить, что функция самопрезентации заняла последнее ранговое место у всех обучающихся.

Для оценки развития МК к высокому, среднему или низкому уровню были использованы критерии, предложенные А.В. Федоровым, включая мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный (оценочный), практико-операционный (деятельностный), креативный показатели [5].

Установлено, что более 41% студентов продемонстрировали средний уровень развития МК, тогда как высокий уровень был характерен для менее, чем 15% студентов. Кроме того, было показано, что развитие МК можно охарактеризовать в многомерном пространстве познавательных (когнитивных), семантических, лингвистических, коммуникативных, морально-этических, социальных, идеологических, прагматических, аффективных, эстетических, деятельностных, коммуникативных и технологических признаков с помощью вероятностных и других математических моделей, позволяющих формализовать процесс развития МК будущих педагогов.

Литература

1. Федоров А. В. Медиаобразование будущих педагогов / А. В. Федоров. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2005. – 314 с.
2. Гончарова, Т. М. Медиакомпетенция как необходимый элемент профессиональной компетенции / Т. М. Гончарова // Электронный журнал «Социальный компьютеринг» (URL <http://sc-journal.mggu-sh.ru/>) – 2012. – №1. – С. 5–12.
3. Potter, W. J. Media Literacy / W.J. Potter. – London: Sage Publication, 2001. – 423 p.
4. Лау, Х. Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни / Х. Лау. – М.: МОО ВПП ЮНЕСКО "Информация для всех", 2006. – 45 с.
5. Федоров, А. В. Медиаобразование. Медиапедагогика. Медиажурналистика. [Текст] / Федоров и др. – М. : Изд-во Программы ЮНЕСКО «Информация для всех», 2005. – 134 с.