

УДК 37.0

А. В. Федоров

*профессор кафедры педагогики и социокультурного развития личности
Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиал)
Ростовского государственного экономического университета,
доктор педагогических наук, профессор
(Россия)*

А. А. Левицкая

*проректор по научной работе,
Таганрогского института управления и экономики,
кандидат педагогических наук, доцент
(Россия)*

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ВУЗОВ В ПРОЦЕССЕ АНАЛИЗА МЕДИЙНЫХ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ВОЗДЕЙСТВИЙ*

На основе анализа ряда научных источников авторы статьи разработали и представили в данной статье не только теоретическую модель развития медиакомпетентности студентов педагогических вузов в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий, но и теоретические модели эффективной медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий, а также медиаобразовательной деятельности, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа достоверности медиатекстов.

A. V. Fedorov, A. A. Levitskaya

A theoretical model for the development of media competence among pedagogical university students in the process of analysing media manipulative influences

Based on the analysis of a number of scientific sources, the authors have developed and presented in this article not only a theoretical model for the development of media competence of students of pedagogical universities in the process of analysis of media manipulative influences, but also theoretical models of effective media educational activities of (future) teachers, promoting the development of audience media competence in the process of analysis of media manipulative influences and media educational activities that promote the development of audience media competence.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 20-013-00001 «Медиаобразование студентов педагогических вузов и факультетов как инструмент, противостоящий медийным манипулятивным воздействиям». Руководитель проекта — профессор А. А. Левицкая.

Медийные манипуляции распространяются не только самими манипуляторами, инициировавшими и создавшими (с конкретными задачами) тот или иной (частично) ложный медиатекст, но и обычной аудиторией, некритично воспринимающей эти медийные сообщения как истинные. Это закономерное следствие существующих сегодня возможностей массмедиа («желтая пресса», «желтые» телепередачи, интернет-сайты), когда однажды созданная ложная информация массово тиражируется без каких-либо критических комментариев и анализа. Не раз было отмечено, что распространение ложной медийной информации напоминает вирусную эпидемию, когда во многих случаях исчезли фильтры и практика проверки информации [1, с. 222].

Вот почему сегодня так необходима разработка теоретической модели развития медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий.

Разумеется, нынешняя актуализация феномена медийных манипуляций и фальшивых новостей уходит корнями в синтезированный кризис: глобализации, журналистики, ухудшения состояния публичной сферы и пандемии.

В 2017 году Р. Нильсен и Л. Грейвс с целью выяснения мнений аудитории о медийных манипуляциях и фальшивой информации проанализировали данные из восьми фокус-групп и опросили пользователей онлайн-новостей из США, Великобритании, Испании и Финляндии. В результате оказалось, что аудитория далеко не всегда видит разницу между поддельными и объективными новостями, хотя часто винит плохую журналистику, лживых политиков, пропаганду, а также некоторые виды рекламы. Фальшивые новости воспринимаются данной аудиторией как проблема, обусловленная сочетанием медиа и политики [2, с. 1].

Эффективной борьбе с медийными манипуляциями может помочь медиаобразование, способствующее развитию медиакомпетентности и информационной грамотности аудитории.

Мы убеждены, что медиаобразование может быть включено практически во все учебные предметы (родной язык, литература, обществоведение, история, география и др.). И во многих странах мира оно уже интегрировано в базовые школьные дисциплины, в некоторых государствах существует также партнерское взаимодействие между медиапедагогами и медийной индустрией, организациями по распространению грамотности, НКО и другими заинтересованными сторонами на уровне производства ресурсов и единичных мероприятий [3, с. 8].

Доказано, что медиаобразование уменьшает уязвимость детей перед дезинформацией. При этом развитие аналитических компетенций является ключевым компонентом успешного образовательного процесса [3, с. 72].

Итак, на основании анализа ряда научных концепций [1–12] мы можем сформулировать теоретическую модель развития медиакомпетентности студентов педагогических вузов в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий следующим образом:

Определения основных понятий и существенных признаков:

Медиакомпетентность личности — совокупность критериев / признаков (мотивационных, контактных, информационных, перцептивных, оценочных, практико-операционных, креативных) выбирать, использовать, анализировать, оценивать, передавать и создавать медиатексты, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме.

Профессиональная медиакомпетентность педагога — совокупность умений (мотивационных, информационных, технологических, практико-операционных, креативных) осуществлять медиаобразовательную деятельность в аудитории различного возраста.

Концептуальная основа: синтез культурологической, социокультурной и практической теорий медиаобразования.

Цель: развитие медиакомпетентности студентов педагогических вузов и факультетов в процессе анализа медийных манипуляционных воздействий.

Задачи: развитие у аудитории историко-теоретических, перцептивно-креативных, практико-креативных, аналитических умений.

Организационные формы: развитие медиакомпетентности студентов педагогических вузов в процессе анализа медийных манипуляционных воздействий в рамках медиаобразовательного курса.

Методы развития медиакомпетентности студентов педагогических вузов в процессе анализа медийных манипуляционных воздействий: по источникам полученных знаний — *словесные, наглядные, практические*; по уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные, проблемные, исследовательские*.

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы:

1) место и роль медиа и медиаобразования в современном мире, виды и жанры, язык медиа; 2) основные термины, теории, ключевые концепции, направления, модели медиаобразования; 3) медиакомпетентность как результат медиаобразования; 4) анализ функционирования медиа в социуме и медиатекстов разных видов и жанров (контент-анализ, структурный анализ, сюжетный / повествовательный анализ, анализ стереотипов, анализ культурной мифологии, анализ персонажей, иконографический анализ, семиотический анализ, идеологический и философский анализ, этический анализ, эстетический анализ, герменевтический анализ культурного контекста и др.); 5) типология медианных

манипуляционных воздействий; б) основные направления анализа медийных манипуляционных воздействий.

Области применения: педагогические вузы и факультеты, педагогические училища, курсы повышения квалификации учителей / преподавателей, иные образовательные учреждения.

Теоретическую модель развития медиакомпетентности студентов педагогических вузов в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий можно представить следующим образом:

1) *диагностический (констатирующий) компонент:* констатация уровней развития медиакомпетентности аудитории с акцентом на умения анализировать медийные манипуляции; анкетирование, тестирование, анализ творческих работ аудитории, наблюдение;

2) *содержательно-целевой компонент:* теоретическая составляющая (блок изучения истории и теории медиакультуры, блок развития медиаобразовательной мотивации) и практическая составляющая (блоки креативной и аналитической деятельности на материале медиа);

3) *результативный компонент* (блок итоговых анкетирования, тестирования и творческих работ аудитории и блок итоговой констатации уровней развития медиакомпетентности аудитории с акцентом на умения анализировать медийные манипуляции).

Необходимость диагностического и результативного компонентов модели обоснована тем, что как в начале, так и в конце реализации главных структурных блоков преподавателю важно иметь реальное представление об уровнях развития медиакомпетентности данной аудитории с акцентом на анализ медийных манипулятивных воздействий.

Для полноценной практической реализации данной модели, конечно, необходимы следующие критерии (признаки) медиакомпетентности аудитории:

– *мотивационный* (мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.);

– *контактный* (частота общения / контакта с медиа и медиатекстами);

– *информационный* (знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации);

– *перцептивный* (способности к восприятию медиатекстов);

– *интерпретационный/оценочный* (умения анализировать процесс функционирования медиа в социуме и медиатексты разных видов и жанров);

специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве

- *практико-операционный* (умения выбирать те или иные медиа и медиатексты, создавать/распространять собственные медиатексты, умения самообразования в медийной сфере);
- *креативный* (наличие творческого начала в различных аспектах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа).

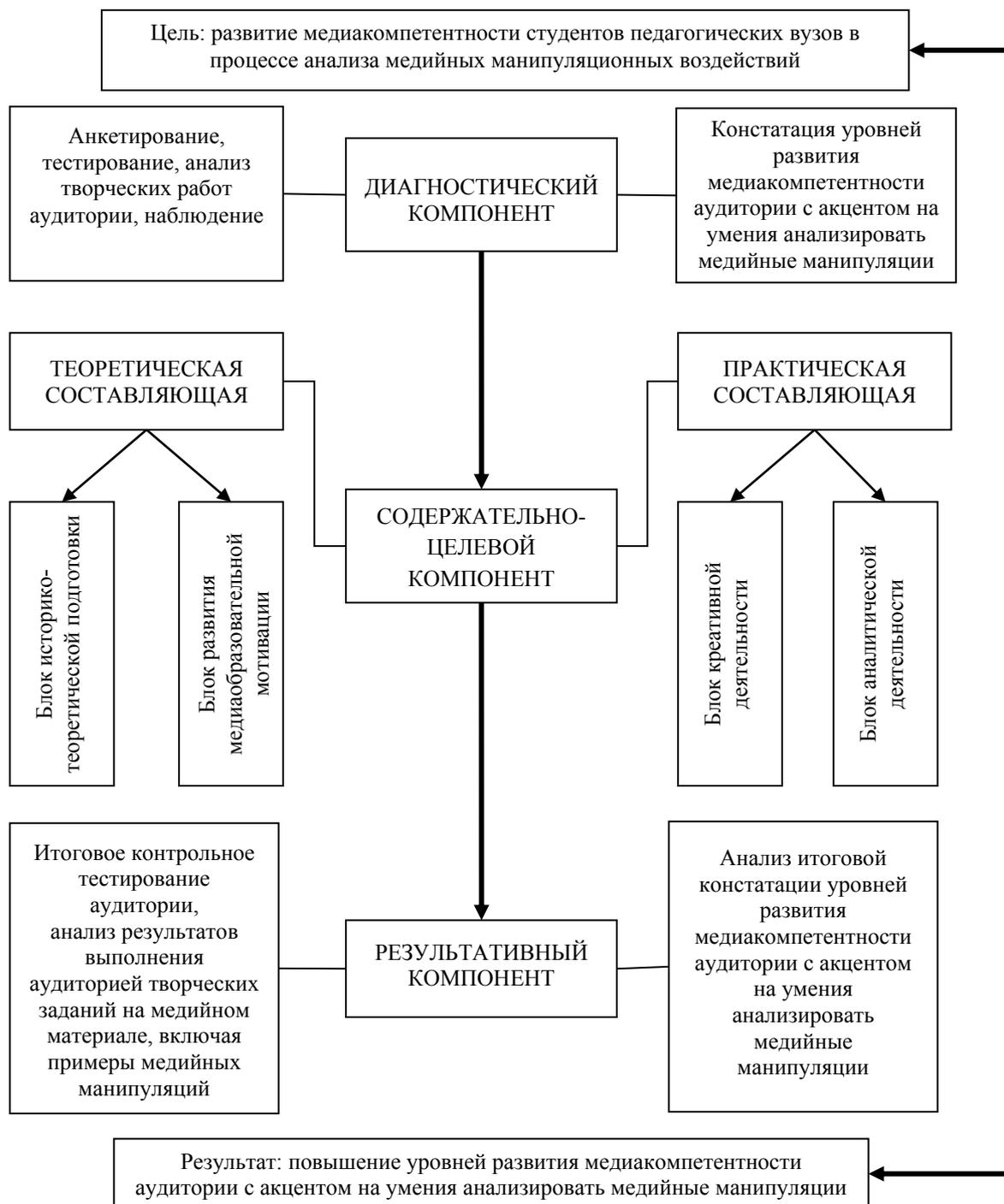


Схема 1 — Модель развития медиакомпетентности студентов педагогических вузов в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий

Что касается теоретической модели эффективной медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий, то мы представляем ее следующим образом:

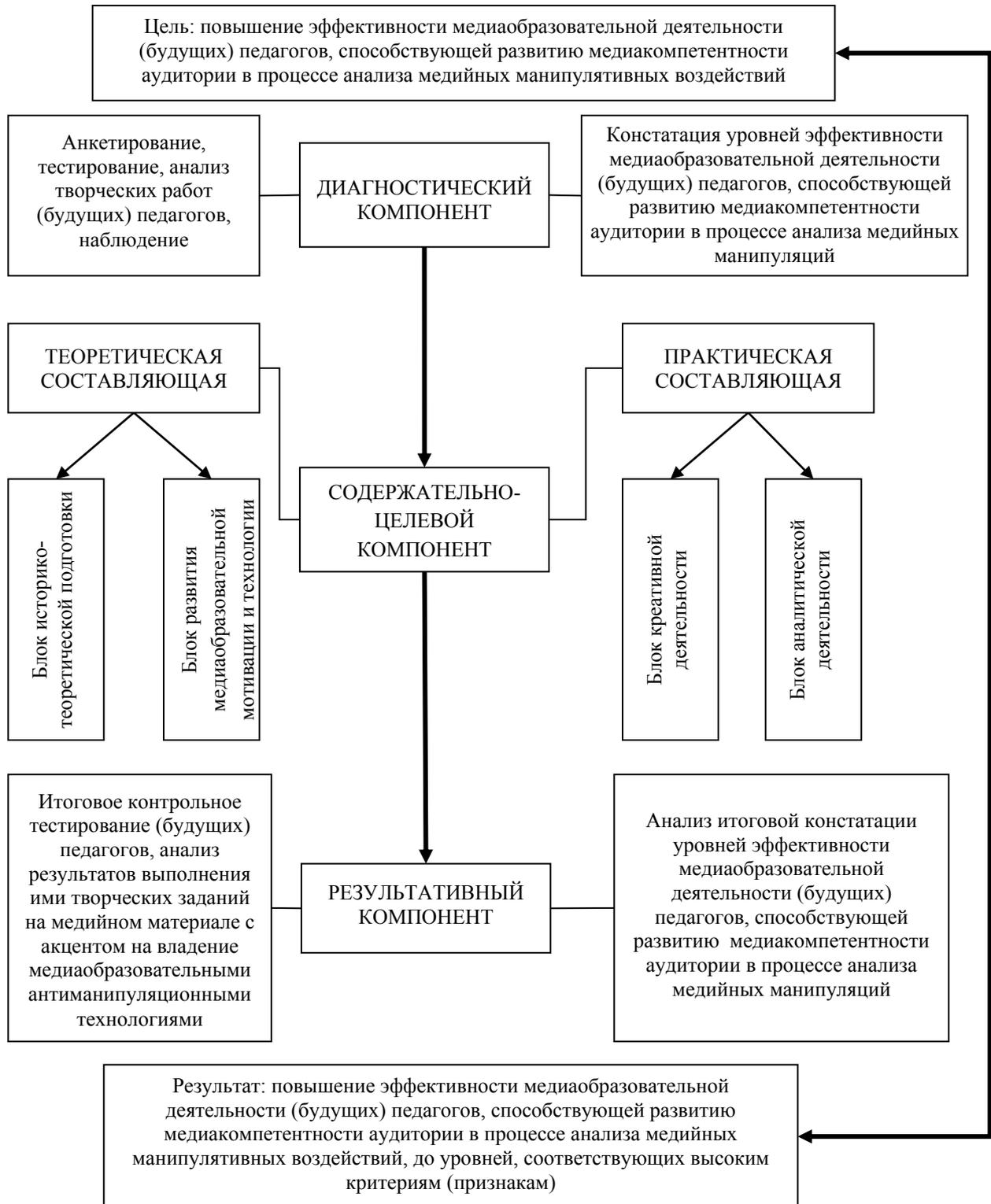


Схема 2 — Модель эффективной медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий

1) *диагностический (констатирующий) компонент*: констатация уровней эффективности медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипуляций; анкетирование, тестирование, анализ творческих работ (будущих) педагогов, наблюдение;

2) *содержательно-целевой компонент*: теоретическая составляющая (блок изучения истории и теории медиакультуры, блок развития медиаобразовательной мотивации и технологии проведения занятий с аудиторией) и практическая составляющая (блоки креативной и аналитической деятельности на материале медиа с акцентом на анализ медийных манипулятивных воздействий);

3) *результативный компонент*: блок итогового контрольного тестирования (будущих) педагогов, анализ результатов выполнения ими творческих заданий на медийном материале с акцентом на владение медиаобразовательными антимаанипуляционными технологиями; блок итоговой констатации уровней эффективности медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипуляций.

Для полноценной практической реализации данной модели, конечно, необходимы следующие критерии (признаки) эффективности медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующих развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий:

– мотивационный (мотивы медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий: эмоциональные, гносеологические, нравственные, правовые и др.; стремление к совершенствованию своих знаний и умений в области медиа и медиаобразования и противостояния медийным манипуляционным воздействиям);

– контактный (частота контактов (будущих) педагогов с аудиторией в процессе медиаобразовательной деятельности, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий);

– информационный (информированность, теоретико-педагогические знания (будущих) педагогов в области медиа, медиаобразования, типологии и сущности медийных манипуляций);

– технологический (технологические умения (будущих) педагогов в области медиаобразовательной деятельности, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий);

- оценочный (владение (будущих) педагогов способами оценивания знаний и умений аудитории в области медиаобразования и анализа медийных манипулятивных воздействий);
- практико-операционный (качество практической медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий);
- креативный (уровень творческого начала (будущих) педагогов в медиаобразовательной деятельности, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий).

Далее мы разработали теоретическую модель медиаобразовательной деятельности, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа достоверности медиатекстов.





Схема 3 — Модель медиаобразовательной деятельности, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа достоверности медиатекстов

Таким образом, выше была представлена не только разработанная нами теоретическая модель развития медиакомпетентности студентов педагогических вузов в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий, но и теоретические модели эффективной медиаобразовательной деятельности (будущих) педагогов, способствующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа медийных манипулятивных воздействий, а также медиаобразовательной деятельности, содействующей развитию медиакомпетентности аудитории в процессе анализа достоверности медиатекстов.

1. How to confront fake news through news literacy? State of the art / J. M. Pérez Tornero [et al.] // Doxa Comunicación. 2018. № 26. P. 211–235. [Вернуться к статье](#)
2. Nielsen R. K., Graves L. News you don't believe: Audience perspectives on fake news. Factsheet. Oct. 2017. [Вернуться к статье](#)
3. Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education. NESET II report / J. McDougall [et al.]. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2018. [Вернуться к статье](#)
4. Buckingham D. Do We Really Need Media Education 2.0? Teaching Media in the Age of Participatory Culture // New Media and Learning in the 21st Century. Education Innovation Series / T. B. Lin, V. Chen, C. Chai (eds.). Singapore : Springer, 2015. [Вернуться к статье](#)
5. Teaching media literacy / De Abreu B. S. Chicago : ALA Neal-Schuman, 2019. 235 p. [Вернуться к статье](#)

6. Hobbs R. Digital and Media Literacy: A Plan of Action. Washington : The Aspen Institute, 2010. [Вернуться к статье](#)
7. Hobbs R. Teaching and learning in a post-truth world [Electronic resource] // Educational Leadership. 2017. № 75 (3). P. 26–31. URL: http://www.ascd.org/publications/educational_leadership/nov17/vol75/num03/Teaching_and_Learning_in_a_Post-Truth_World.aspx (date of access: 18.05.2021). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)
8. Jolls T., Wilson C. The core concepts: fundamental to media literacy yesterday, today and tomorrow // Journal of Media Literacy Education. 2014. № 6 (2). P. 68–77. [Вернуться к статье](#)
9. Potter W. J. Media Literacy. Thousand Oaks : London : Sage Publication, 2019.
10. Potter J., McDougall J. Digital media, education and culture: theorising third space literacy. London : Palgrave MacMillan, 2017. [Вернуться к статье](#)
11. Silverblatt A. Media Literacy. Westport, Connecticut : London : Praeger, 2001. 449 p. [Вернуться к статье](#)
12. Worsnop C. M. Media literacy through critical thinking / Washington State Office of Superintendent of Public Instruction and NW Center for Excellence in Media Literacy, 2004. 60 p. [Вернуться к статье](#)