

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ЯВЛЕНИЯ

Научная статья

Социологические науки

УДК 316.77; 366.636; 378.147

[https://doi.org/10.56654/ROPI-2023-2\(7\)-54-67](https://doi.org/10.56654/ROPI-2023-2(7)-54-67)



Методика формирования медиаграмотности у студентов непрофильной специализации

Наталья Сергеевна Авдонина

Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, Архангельск,
Российская Федерация

n.avdonina@narfu.ru, <https://orcid.org/0000-001-9871-3452>

Аннотация. Данная статья посвящена вопросу выбора методики формирования медиаграмотности у студентов непрофильных направлений подготовки. В мире постправды, где доверие любым источникам информации оказывается под вопросом, где собственные ощущения, чувства и эмоции становятся инструментами манипуляции, необходимо развивать компетенцию медиаграмотности. Цель данного исследования – описать методики формирования медиаграмотности у студентов непрофильных специальностей. В исследовательские задачи входит: 1) провести обзор литературы по теме; 2) дать характеристику методикам формирования медиаграмотности у студентов непрофильных специальностей; 3) привести в пример задания из авторских методик и дать интерпретацию их качеству. Возможно ли сформировать критическое мышление как основу медиаграмотности, научиться отличать настоящие новости от фейковых, проверять информацию, противостоять манипулятивному воздействию медиа? Автор статьи отвечает утвердительно. Это долгая и кропотливая работа. Медиаграмотность – не просто умение, которое мы приобретаем, чтобы сдать экзамен или получить зачет. Медиаграмотность – это такой же навык, как и умение писать и читать. Он с нами навсегда, он необходим и является жизненно важным. Чтобы стать медиаграмотным, необходимо научиться различать разного рода информацию, понимать медиа, знать их типологию, уметь создавать и трактовать медиатекст, владеть информационно-коммуникационными устройствами. Для этой цели автор выбрал задачный подход и творческие задания, которые способствуют формированию медиаграмотности у студентов непрофильных направлений подготовки.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность, фейк, непрофильные направления подготовки, журналистика, автор, задачный подход, творческое эссе, медиатекст

Для цитирования: Авдонина Н.С. Методика формирования медиаграмотности у студентов непрофильной специализации. Россия: общество, политика, история. 2023. №2(7). С. 54-67.

© Авдонина Н.С.

© «Россия: общество, политика, история», 2023

SOCIAL PROCESSES AND PHENOMENA

Original article

Sociological sciences

[https://doi.org/10.56654/ROPI-2023-2\(7\)-54-67](https://doi.org/10.56654/ROPI-2023-2(7)-54-67)



Media Literacy Formation of Non-journalism Students

Natalia S. Avdonina

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Arkhangelsk, Russian Federation
n.avdonina@narfu.ru, <https://orcid.org/0000-001-9871-3452>

Abstract. This article is devoted to the issue of choosing a methodology for the formation of media literacy among students of non-core areas of training. In the world of post-truth, where you can't trust anyone, especially your own feelings, feelings and emotions, it is necessary to develop the competence of media literacy. The purpose of this study is to describe the methods of developing media literacy among students of non-core specialties. Research tasks set by the author: 1) to review the literature on the topic; 2) to characterize the methods of forming media literacy among students of non-core specialties; 3) give as an example task from the author's methods. Is it possible to form critical thinking as the basis of media literacy, to learn to distinguish real news from fake news, to check information, to resist the manipulative influence of the media? The author of the article answers in the affirmative. This is a long and painstaking job. Media literacy is not just a skill that we acquire in order to pass an exam or get a credit. Media literacy is as much a skill as being able to read and write. He is with us forever, he is necessary and vital. To become media literate, it is necessary to learn to distinguish between different kinds of information, to understand media, to know their typology, to be able to create and interpret media text, to use information and communication devices. For this purpose, the author chose a problem-based approach and creative tasks that contribute to the formation of media literacy among students of non-core areas of study.

Keywords: media education, media literacy, media competence, fake, non-core areas of training, journalism, author, task approach, creative essay, media text

For citation: Avdonina, N.S. Media Literacy Formation of Non-journalism Students. Russia: Society, Politics, History. 2023. No. 2(7). pp. 54-67.

Введение

Благодаря медиаобразованию у потребителей информации формируется понимание того, как устроены средства массовой коммуникации и информации, как можно использовать медиа, как проверять публикуемую информацию (7; 17). Медиаграмотность является транспрофессиональной компетенцией, необходимой для противостояния фейкам, слухам и непроверенной информации, заполонившей современное медиaprостранство (4; 5; 10; 13; 15). Умение различать фейки, проверять первоисточник информации, используя стандартные и цифровые технологии и ресурсы, является базовым для специалистов медиасферы (3; 19). Но поскольку сегодня каждый человек не просто пользователь Интернета, но автор, создатель и потребитель контента, то необходимо каждому сохранять рациональность ума и здравомыслие при работе с информацией.

Медиаграмотность – это одно из самых актуальных сегодня и, в то же время, сложно дефинируемых понятий. С одной стороны, это область знаний академической науки, с другой стороны, это набор практических умений или компетенций (2; 6; 19).

Исследовательские вопросы, которые мы ставим перед собой: чем методики формирования медиаграмотности для студентов профильной специальности отличаются от студентов непрофильных направлений подготовки? Какие методики следует применять для формирования медиаграмотности у студентов непрофильных специальностей? Данные вопросы определяют круг исследовательских задач статьи: 1) провести обзор литературы по теме; 2) дать характеристику методикам формирования медиаграмотности у студентов непрофильных специальностей; 3) привести в пример задания из авторских методик. Целью данного исследования выступает описание методики формирования медиаграмотности у студентов непрофильных специальностей.

Материалы и методы исследования

В качестве основных методов были использованы: метод педагогического эксперимента и его описание. По результатам эксперимента было проведено анкетирование среди студентов с целью выявления эффективности использования методики развития навыков работы с медиатекстами.

Материалы исследования составили разработанные автором методика преподавания учебной дисциплины «Медиаграмотность» и задания для развития соответствующих компетенций у студентов непрофильных специальностей. Учебная дисциплина «Медиаграмотность» преподается автором статьи как дисциплина по выбору и ежегодно выбирается студентами технических и гуманитарных

направлений подготовки в Северном (Арктическом) федеральном университете им. М.В. Ломоносова.

Результаты исследования

На фоне роста потребления медиаконтента, использования цифровых устройств для потребления, производства и распространения информации медиаграмотность становится необходимостью, а не просто роскошью иметь смартфон, иметь выход в интернет, общаться в социальных сетях¹. Растет необходимость правильно считывать информацию, понимать, что нам хотят сказать, как нам хотят сказать, для чего нам хотят сказать, и тогда мы действительно можем утверждать, что мы грамотно читаем новостную ленту и иные медиатексты. Медиаграмотность – сложное, так называемое зонтичное понятие, включающее в себя различные аспекты и характеристики других видов. Речь идет о таких видах, как цифровая, новостная и другие виды грамотности (2). Поясним их ниже:

- информационная грамотность – это способность создавать и осознавать необходимость в информации, это любые действия, которые мы совершаем с информацией;
- новостная грамотность – это работа непосредственно с новостными источниками, то есть это работа с массмедиа, журналистскими текстами, умение понимать и судить об их достоверности;
- цифровая грамотность – это умение пользоваться цифровыми технологиями для разных целей, например поиска, определения самого источника, интерпретации и создания собственных текстов;
- трансмедийная грамотность включает в себя всё вышеперечисленное, это работа с информацией, социальными сетями, работа как автора, так и потребителя медиатекстов.

Обобщение этих понятий дает основание характеризовать медиаграмотность как умение критически мыслить, обладать аналитическими способностями, использовать медиа для творческого самовыражения. По сути, медиаграмотность (вкупе с выше названными видами) предполагает медиакомпетентность. Медиакомпетентность определяется как определенная способность человека работать с медиа, умение читать медиа, понимать медиа как аудитория и потребитель, а также способность человека работать с медиа как автор. Эта часть медиакомпетентности особенно важна на фоне так называемого «взрыва авторства» - явления, когда практически каждый человек может быть автором (18), выражать себя, свой творческий потенциал в разных форматах и медиа. В этом

¹ В России зафиксирован высокий уровень медиаграмотности. URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/34574/> (дата обращения: 30.04.2023).

контексте становится особенно актуальным вопрос социальной ответственности и соблюдения этических принципов со стороны таких авторов. Медиаграмотность предполагает соблюдение этики и морально-нравственных принципов в содержании и распространении информации. Было бы заблуждением считать, что установка на свободу и открытость медиа предполагает возможность публиковать всё, что угодно.

При обучении медиаграмотности студентов непрофильных направлений подготовки мы исходим из того, что формируем у них не профессиональные, а универсальные компетенции. Как следствие, в большей степени ориентируемся на мотивационно-ценностную сферу (9; 11; 16). Методологическую основу нашего подхода составили идеи известного советского психолога С.Л. Рубинштейна о необходимости сочетания общественного интереса (в нашем случае – интереса в формировании медиаграмотности как необходимой компетенции личности в информационном обществе) и личного мотива (в нашем случае – личных мотивов студентов быть более конкурентоспособными в информационном обществе, более грамотными в работе с информацией и менее зависимыми от медиаманипуляций). Это позволит, повысить мотивацию студентов к обучению медиаграмотности, вывести деятельность студентов в медиасреде на уровень сознательной работы с информацией или, как писал С.Л. Рубинштейн, вывести ее из уровня инстинктивной на уровень сознательной деятельности (14, с. 622).

Педагогический эксперимент проводился в рамках преподавания учебной дисциплины «Медиаграмотность» в Северном (Арктическом) федеральном университете им. М.В. Ломоносова. Методика преподавания предполагала: 1) задачный подход (практические задания в виде задачи, в которой есть условия ситуативного сюжета и вопрос или задача, которые необходимо решить, чтобы добиться желательного результата); 2) творческие задания (написание творческих эссе на заданную тему). Приведем некоторые примеры заданий.

Пример задания 1.

Почему этот материал вызывает недоверие? Что нужно сделать, чтобы проверить информацию? Найдите реальные информационные материалы, посвященные этой теме, и сравните их с текстом ниже.

Рисунок 1. Скриншот новости из паблика в мессенджере Telegram
Figure 1. Screenshot of the news from the Telegram group



Пример задания 2.

Почему этот материал вызывает недоверие? Что нужно сделать, чтобы проверить информацию? Найдите реальные информационные материалы, посвященные этой теме, и сравните их с текстом ниже.

Рисунок 2. Скриншот новости из паблика в мессенджере «ВКонтакте»
Figure 2. Screenshot of the news from the VK group



Пример задания 3.

Посмотрите фильм «Стрингер» (2014 год) и напишите эссе на тему «Продать душу стрингеру».

Внимание! Каждый студент создаёт в Форуме на Sakai тему, куда загружает эссе по фильму. Тема может быть анонимной, подписываться не обязательно.

Каждый студент выбирает два эссе и пишет к ним комментарий, с чем согласен, не согласен, о чем подумал, что дополнит. Комментарии будут оцениваться дополнительными бонусными баллами (максимум 3 балла).

Пример задания 4.

Перед вами две новости и письмо главного врача. Докажите, что это фейк.

Рисунок 3. Скриншот новости из паблика в мессенджере «ВКонтакте»

Figure 3. Screenshot of the news from the VK group



Рисунок 4. Скриншот новости из паблика в мессенжере «ВКонтакте»
Figure 4. Screenshot of the news from the VK group

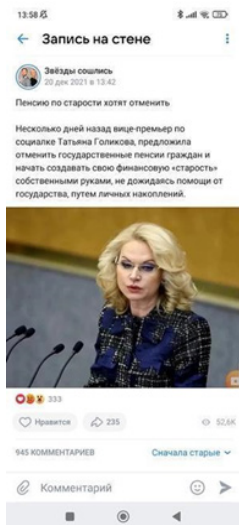
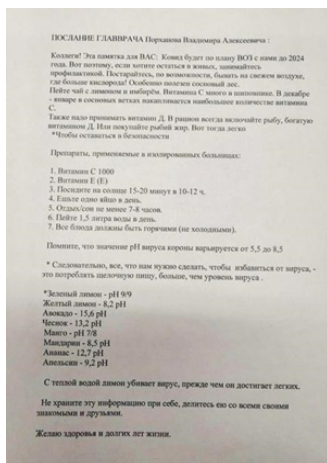


Рисунок 5. Скриншот новости из чата в мессенжере «Telegram»
Figure 5. Screenshot of the news from the Telegram chat



Пример задания 5.

Посмотрите фильм «Brexite: The Uncivil War» и напишите рассуждение объемом 500 слов на тему «Стоит ли жизнь одного человека успеха медиакомпании?»

Эти и другие задания были направлены на формирование знаний в сфере медиаграмотности и развития навыков и умений работы с информацией. По результатам эксперимента мы провели анкетирование среди студентов, с целью определения эффективности использования нашей методики для развития навыков работы с медиатекстами.

Согласно ответам обучающихся, 90% полагают, что использование задач и творческих эссе способствовало повышению мотивации при овладении компетенциями медиаграмотности. Студенты отмечали такие преимущества описанных методик, как возможность рефлексии о медиа и своем месте в этом пространстве, творческое самовыражение, практическая направленность работы, профессиональный результат. Однако 10% студентов не были заинтересованы в работе. Частично это объясняется отсутствием у этой группы обучающихся мотивации к учёбе в целом.

Отметим очевидные трудности, с которыми сталкиваются как преподаватели, так и обучающиеся, при использовании описанной выше методики. Во-первых, проблемная ориентированность задачного подхода фокусирует внимание на конкретной теме, что обуславливает выбор определенного материала. Узость тематики лекций в данном случае покрывается широким списком заданий для самостоятельной работы. Во-вторых, высокий процент творческих заданий посилен не каждому обучающемуся. Творчество не является обязательным условием какой-либо профессиональной деятельности, именно поэтому творческие задания нужны как один из способов рефлексии обучающегося о себе самом, своих способностях и потребностях. В данном случае - как потребителей информации.

В целом подобные исследования, где не столько фиксируется состояние уровня медиаграмотности населения (13), сколько описываются и объясняются методики ее формирования, имеют практическое значение и их можно применять в образовательном процессе. Результат подобных внедрения методик, где совмещаются задачный и творческий подходы, очевиден и более предпочтителен в отличие от узкого теоретизирования. Баланс теоретического материала и практических заданий в учебной практике является условием эффективного усвоения профессиональных компетенций.

Выводы

Проведенный педагогический эксперимент наглядно показал, что выбор задачного и творческого подходов наилучшим образом подходит для овладения компетенциями медиаграмотности у студентов непрофильных направлений подготовки. Они

погружаются в теорию медиа, медиаграмотности и фейков на лекционных занятиях. Далее им предлагается самостоятельно определить достоверность новости и распространяемую в мессенджерах информацию, на этом этапе отрабатываются практические навыки работы. Все студенты справляются с этими задачами. Главное в выполнении этих заданий – не просто определить, является ли та или иная информация фейком, а научиться анализировать ее по ключевым параметрам: автор, источник информации, язык и стиль написанного. В целом, проведенный эксперимент показал достаточно высокий уровень медиаграмотности у студентов, которые знают о фейках, технологии их создания и распространения, в большинстве случаев умеют различать фейки и достоверную информацию. Поэтому при разработке содержания образовательных программ следует учитывать этот аспект и нацеливать студентов на овладение технологиями и ресурсами верификации контента.

Список источников

1. Авдони́на Н. С. (2018), Профессиональные задачи журналистской деятельности [Professional tasks of journalism]. Сев. (Арктич.) федер. ун-т. Архангельск: САФУ. 134 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=34961058> (дата обращения: 18.04.2023).
2. Арутюнов Г. А. (2013), Анализ понятия медиаграмотности как составляющей информационной грамотности личности [Analysis of the concept of media literacy as a component of information literacy of a person]. Вестник РМАТ №1(7). С. 91-94.
3. Дорошук Е. С. (2020), Медиаграмотность будущего журналиста в системе профессиональной компетентности работника медиасферы. Знак: проблемное поле медиаобразования [Media literacy of the future journalist in the system of professional competence workers of the media sphere]. №3(37). С. 83-87.
4. Зуйкина К. Л., Соколова Д. В. (2019), Специфика контента российских фейковых новостей в Интернете и на телевидении [Content specifics of Russian fake news on the internet and on television]. Вестн. Моск. ун-та. сер 10. Журналистика. №4. С. 3-22.
5. Ильченко С. Н. (2018), Как нас обманывают СМИ: Манипуляция информацией [How the Media Deceives Us: Information Manipulation]. СПб. 320 с.
6. Казаков А. А. (2017), Медиаграмотность в контексте политической культуры: к вопросу об определении понятия [Media literacy within the context of political culture: revisiting the definition of the term]. Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. № 4. С. 78-97.

7. Качкаева А. Г., Колчина А. С., Шомова С. А. (2017), Образование и медиаграмотность в России: генезис и современные тенденции (исследование уровня медиаграмотности студентов НИУ ВШЭ) [Education and media literacy in Russia: genesis and current trends (a study of the level of media literacy of HSE students)]. В кн.: XVII Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 кн. Отв. ред.: Е. Г. Ясин. Кн. 3. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ. С. 247-252.
8. Козырева Е. А. (2020), К вопросу об оценке медиаграмотности студентов регионального вуза [On the issue of assessing media literacy of students of a regional university]. Научный электронный журнал «Меридиан». №5 (39). С. 1-3.
9. Колычев Г. С., Симбирцева Н. А. (2016), На пути к медиаграмотной личности: от теории к практике [Towards a media literate person: from theory to practice]. Педагогическое образование в России. №6. С. 110-115.
10. Лебедева Е. Г. (2021), Фейковые новости как инструмент манипулятивного воздействия в медиасреде [Fake news as a tool of manipulative influence in the media environment]. Universum: филология и искусствоведение: научн. журн. 3(81). С. 4-7.
11. Мин Ш. (2020), Влияние развития информационного общества на сетевую медиаграмотность студентов [The influence of the information society development on the network media literacy of students]. Управление образованием: теория и практика. №3 (39). С. 4-10.
12. Отчет о научно-исследовательской работе «Оценка текущего состояния и перспектив изменения уровня медиаграмотности населения Российской Федерации на основе национального мониторинга медиаповедения. Разработка критериев углубленной оценки медиаграмотности населения, включающей качество потребления информации» [Report on the research work "Assessment of the current state and prospects for changing the level of media literacy of the population of the Russian Federation based on national monitoring of media behavior. Development of criteria for in-depth assessment of media literacy of the population, including the quality of information consumption"]. М., 2014. 123 с.
13. Распопова С. С., Богдан Е. Н. (2017), Фейковые новости: природа происхождения [Fake news: the nature of origin]. Вестник Челябинского государственного университета. №11. С. 48-53.
14. Рубинштейн С. Л. (2002), Основы общей психологии [Fundamentals of General Psychology]. М.: Питер. 720 с.
15. Суходолов А. П. (2017), Феномен «фейковых новостей» в современном медиaprостранстве [The phenomenon of "fake news" in the modern media space]. Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. №1. С. 87-106.

16. Туоминен С. (2012), Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности [Pedagogical aspects of the formation of media and information literacy]. М.: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. 127 с.
17. Федоров А. В. (2015), Медиаобразование: история и теория [Media education: history and theory]. М.: МОО «Информация для всех». 450 с.
18. Шакирова И. Р. (2020), Роль медиакультуры в современном обществе [The role of media culture in modern society]. Вестник современных исследований. №8-2 (38). С. 123-127.
19. Шестеркина Л. П. (2021), Фактчекинг и верификация информации в контексте журналистского образования [Fact-checking and information verification in the context of journalism education]. Вопросы теории и практики журналистики. Т. 10, № 1. С. 94–108.

References

1. Avdonina, N.S. (2018), Professional tasks of journalism. North. (Arctic.) feder. un-ty. Arkhangel'sk: NArFU. 134 p. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=34961058> (Accessed: 18.04.2023). (In Russian)
2. Arutyunov, G.A. (2013), Analysis of the concept of media literacy as a component of information literacy of a person. Vestnik RIAT. No.1(7). pp. 91-94. (In Russian)
3. Doroshchuk, E.S. (2020), Media literacy of the future journalist in the system of professional competence workers of the media sphere. Sign: problematic field of media education. No.3(37). pp. 83-87. (In Russian)
4. Zuykina, K.L., Sokolova, D.V. (2019), Content specifics of Russian fake news on the internet and on television. Vestn. Mosk. un-ta. ser 10. Zhurnal'stika. No.4. pp. 3-22. (In Russian)
5. Ilchenko, S.N. (2018), How the Media Deceives Us: Information Manipulation. SPb, 320 p. (In Russian)
6. Kazakov, A.A. (2017), Media literacy within the context of political culture: revisiting the definition of the term. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnal'stika. No. 4. pp. 78-97. (In Russian)
7. Kachkaeva, A.G., Kolchina, A.S., Shomova, S.A. (2017), Education and media literacy in Russia: genesis and current trends (a study of the level of media literacy of HSE students). In XVII April international scientific conference on the problems of economic and social development: in 4 books. Ed.: E. G. Yasin. Book. 3. M.: HSE Publishing House. pp. 247-252. (In Russian)

8. Kozyreva, E.A. (2020), On the issue of assessing media literacy of students of a regional university. Scientific electronic journal "Meridian". No. 5 (39). pp. 1-3. (In Russian)
9. Kolychev, G.S., Simbirtseva, N.A. (2016), Towards a media literate person: from theory to practice. No. 6. pp. 110-115. (In Russian)
10. Lebedeva, E.G. (2021), Fake news as a tool of manipulative influence in the media environment. Education Management: Theory and Practice. Journal. No. 3(81). pp. 4-7. (In Russian)
11. Min, Sh. (2020), The influence of the information society development on the network media literacy of students. Education Management: Theory and Practice. No. 3 (39). pp. 4-10. (In Russian)
12. Report on the research work "Assessment of the current state and prospects for changing the level of media literacy of the population of the Russian Federation based on national monitoring of media behavior. Development of criteria for in-depth assessment of media literacy of the population, including the quality of information consumption». Moscow, 2014. 123 p. (In Russian)
13. Raspopova, S.S, Bogdan, E.N. (2017), Fake news: the nature of origin. Bulletin of Chelyabinsk State University. No.11. pp. 48-53. (In Russian)
14. Rubinshteyn, S.L. (2002), Fundamentals of General Psychology. Moscow: Piter. 720 p. (In Russian)
15. Sukhodolov, A.P. (2017), The phenomenon of "fake news" in the modern media space. Eurasian cooperation: humanitarian aspects. No. 1. pp. 87-106. (In Russian)
16. Tuominen, S. (2012), Pedagogical aspects of the formation of media and information literacy. Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education. 127 p. (In Russian)
17. Fedorov, A.V. (2015), Media education: history and theory. Moscow: MOO Information for everyone. 450 p. (In Russian)
18. Shakirova, I.R. (2020), The role of media culture in modern society. Bulletin of Modern Studies. No. 8-2 (38). pp. 123-127. (In Russian)
19. Shesterkina, L.P. (2021), Fact-checking and information verification in the context of journalism education. Theoretical and Practical Issues of Journalism. Vol. 10, No. 1. pp. 94–108. (In Russian)

Информация об авторе

АВДОНИНА Наталья Сергеевна, кандидат политических наук, доцент, Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, Архангельск, Российская Федерация. E-mail: n.avdonina@narfu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-001-9871-3452>

Раскрытие информации о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Информация о статье

Поступила в редакцию: 02.05.2023. Одобрена после рецензирования: 17.05.2023.
Принята к публикации: 31.05.2023. Опубликовано: 30.06.2023.

Информация о рецензировании

«Россия: общество, политика, история» благодарит анонимного рецензента (рецензентов) за вклад в рецензирование данной работы.

About the author

Natalia S. AVDONINA, CandSc (Polit.), associate professor, Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Arkhangelsk, Russian Federation. E-mail: n.avdonina@narfu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-001-9871-3452>

Conflicts of Interest Disclosure

The author declares no conflicts of interest.

Article info

Submitted: 02.05.2023. Approved after peer review: 17.05.2023. Accepted for publication: 31.05.2023. Published: 30.06.2023.

Peer review info

«Russia: Society, Politics, History» thanks the anonymous reviewer(s) for their contribution to the peer review of this work.