

Медиаобразование: шаг в будущее

Исследования лаборатории медиаобразования ИСМО РАО

*Всероссийская конференция «Медиа- и
информационная грамотность в
обществах знания».
Москва, 25-26 апреля 2013 г.*



*Бондаренко Е.А.
Лаборатория медиаобразования ИСМО РАО*

Определение медиаобразования

Под медиаобразованием следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как например, математика, физика или география.



Границы медиаобразования: на уроке и вне урока

*Под медиаобразованием
следует понимать
обучение теории и
практическим умениям
для овладения
современными средствами
массовой коммуникации,
рассматриваемыми как часть
специфической и автономной
области знаний
в педагогической теории и
практике*

Где грань медиаобразования?



Школьные СМИ:
газета, телевидение,
кино, радио,
мультимедиа проекты

Границы медиаобразования: на уроке и вне урока

«Использование СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как например, математика, физика или география»:

Цели использования СМК на уроке:

- Иллюстрирование предметов или явлений*
- Развитие мышления*

Где грань медиаобразования?



Постинформационное общество и образование: «параллельная школа»

Основные факторы влияния
медиасреды:

- расширение доступа к информации
- рост количества источников информации,
- резкое повышение плотности информационных потоков,
- рост агрессивности медиасреды,
- создание контента пользователями



«Параллельная школа»: итоги просвещения через СМИ



- Минимальные предметные знания
- «Эффект менеджера»
- Формирование ненаучного мышления,
- воспитание «человека массы»

Следствия:

- психическая неустойчивость,
- некритичность мышления,
- легковерие,
- внушаемость

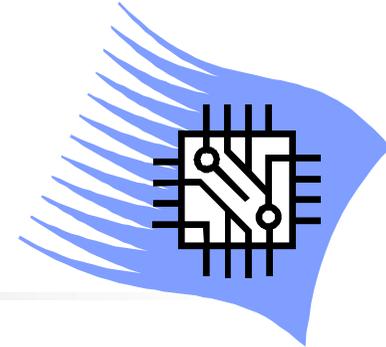
«Параллельная школа»: а что изменилось в СМИ?

Япония, 1870-е гг.
Цветные гравюры-
еженедельные
приложения к
газете

Зверское убийство
дочери учителя



Подросток в современном медиамире: ситуация



7-9 лет: легко приучить к активному
потреблению: 100%

10-13 лет: желание самому создавать
медиапродукты – 60%

Желание активно общаться – 30%

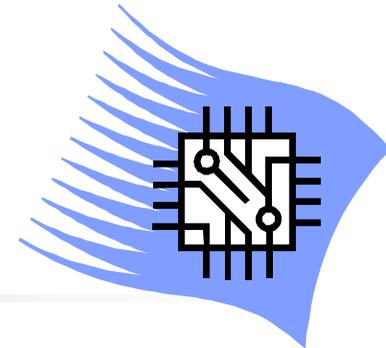
Интерес к новому – 10%

14-17 лет: ищут способ реализовать себя - 40%

Получаю профессию – 10%

Чат, общение, игры – 30%

Подросток в современном медиамире: ситуация



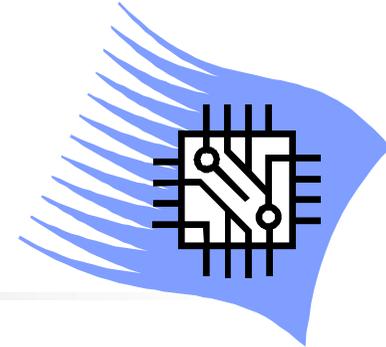
10-13 лет:

Время, проведенное в Интернете – 1-1,5 часа
(реальное – не менее 3 часов)

14-17 лет:

Время, проведенное в Интернете – 2-3 часа
(реальное – не менее 3,5 часов)

Подросток в современном медиамире: ситуация



Наиболее популярные сайты:

10-13 лет:

1. Игровые
2. Информационные (исторические, научно-популярные; интернет-СМИ)
3. Блоги

14-17 лет:

1. Блоги
2. Игровые
3. Информационные

Подросток в современном медиамире: риски и проблемы

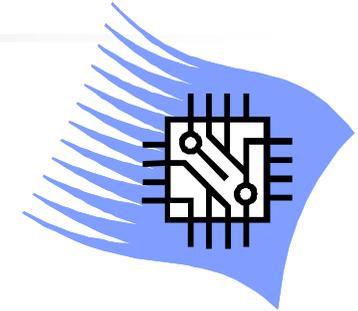
Цели пребывания в медиамире:

11-13 лет:

- ✓ Общение
- ✓ Проведение досуга
- ✓ Выполнение учебных заданий (составление рефератов, проекты)

14-17 лет:

- ✓ Проведение досуга
- ✓ Получение информации
- ✓ Выполнение учебных заданий



Подросток в современном медиамире: блогосфера

Участие в блогах:

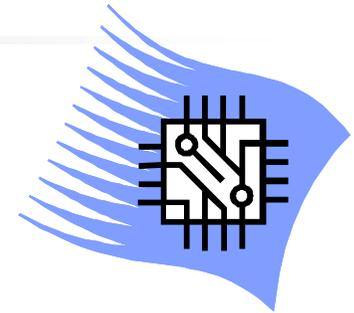
7-9 лет: 3-5% (наличие блога)

11-13 лет: 14-26% (диалоги в
комментариях)

14-17 лет: 58-90%

Из них: 15% регулярно делают
записи в дневнике (не реже 1 раза
в неделю)

И 95% общается в комментариях и
читает чужие дневники



Подросток в современном медиамире: доверие к Интернет-СМИ

По данным опроса 2010 г. 11-17 лет:

Доверяю информации – 34%

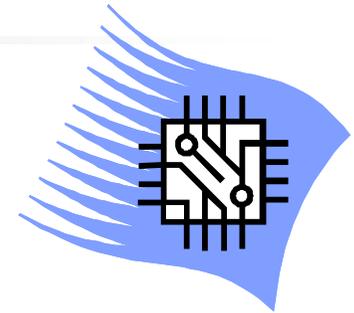
Считаю, что авторы в Интернете могут
ошибаться – 11%

Считаю, что авторы могут лгать – 4%

Делаю выводы на основе полученной
информации – 76%

Всегда понимаю, о чем пишут – 93%

У сообщений есть скрытый смысл – 5%



Подросток в современном медиамире: фактор агрессии



Из 200 обследованных
подростковых блогов:

В 11% блогов и комментариев
обладатель агрессивного
«ника» пишет неграмотные
тексты,

26% предпочитают разные
виды слэнга,

39% текстов малограмотны,

41% комментариев представляет собой
односложные реплики

Подросток в современном медиамире: медиаграмотность



Уметь читать – это,

по мнению подростка:

Уметь «просто читать» – 41%

Понимать, о чем идет речь – 33%

Дизайн экрана имеет значение –
18%

Стиль текста является важным – 16%

Простота стиля означает простые мысли –
39%

Подросток в современном медиамире: медиаграмотность



Новые образовательные
стандарты:

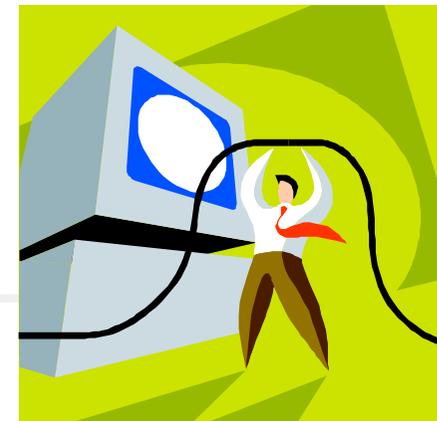
Личностные умения

Предметные умения

Метапредметные умения

Метапредметные умения трактуют как
умения понимать, преобразовывать,
создавать информацию

Медиакультура



В современном образовании:
как трактовать
это понятие?

Общие учебные умения?

Экранная культура?

Аудиовизуальная культура?

Информационные компетенции?

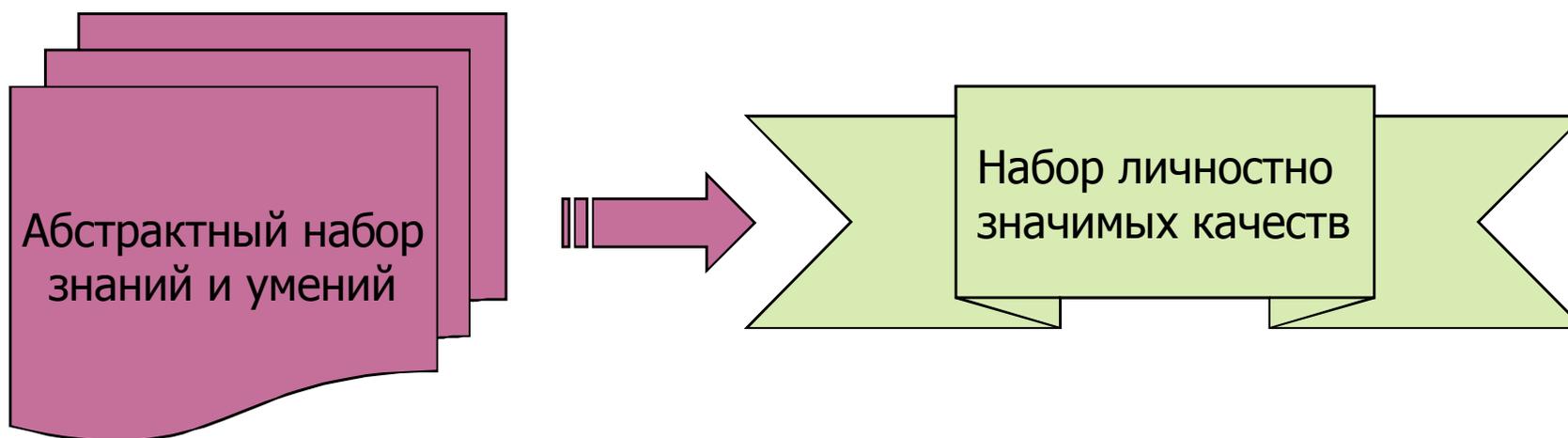
Коммуникативная компетентность?



Формирование медиакультуры



Практический опыт



Требования к образованию

- Накопление эмпирического опыта
- Систематизация опыта
- Обобщение и построение теорий
- Взаимодействие теории и жизненной практики

Итоги:

- Обучение?
- Воспитание?
- Развитие?
- Самообразование?
- Трансляция культуры?



Область медиаграмотности

- Умения и навыки коммуникации (этика, мораль, технологии);

умения и навыки

- искать информацию,
- воспринимать, понимать и анализировать медиатексты, а также
- создавать их



Информационная грамотность -

это комплекс умений
работать с информацией:

- получать и передавать;
- классифицировать по заданным признакам,
- собирать,
- фильтровать,
- преобразовывать из одной формы в другую;
- излагать по заданным параметрам и т.п.



Медиаобразование как средство формирования медиаграмотности

Области активности
медиаобразования
динамичны



В настоящее время это сферы:

- обеспечения информационной безопасности личности;
- поиска и идентификации информации;
- восприятия и интерпретации медиатекста;
- медиатворчества (создания медиатекстов);
- освоения медиaprостранства

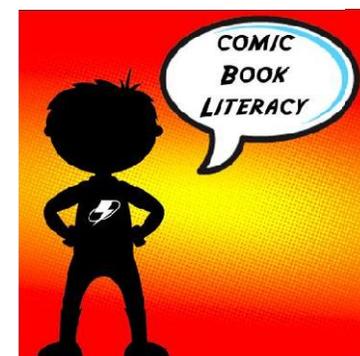
Предлагаемые для российской школы индикаторы медиаграмотности:

- Умения в области обеспечения информационной безопасности личности,
- факторы восприятия, понимания, анализа и интерпретации медиатекстов/информационных сообщений,
- навыки создавать медиатексты;
- критерии практического освоения личностью современного медиапространства.



Сфера обеспечения информационной безопасности личности

Умения и навыки:
ориентироваться в
медиапространстве,
грамотно осуществлять
навигацию,
соблюдать правила
личной безопасности
и этики общения,
бороться с эффектами
медиавирусов и
интернет-аддикции



Сфера поиска информации

Умения:

составлять поисковые
запросы,

отбирать и фильтровать
информацию,

сохранять и изменять ее по
заданным параметрам;

важно здесь также
стимулирование
потребности в новой
информации



Сфера восприятия и интерпретации медиатекста

Сфера

- восприятия,
- понимания,
- освоения контекста,
- умения воспринимать концепцию и скрытый смысл /скрытые смыслы/ медиатекста,
- умение выстраивать свою концепцию по поводу полученной информации

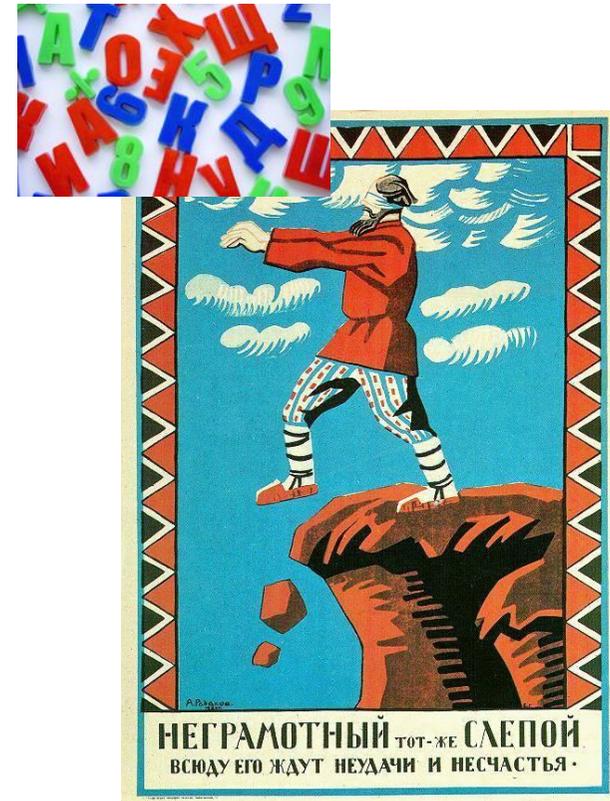


Сфера медиатворчества

Это сфера создания собственных медиатекстов – как самостоятельно, так и в соавторстве.

Уровни деятельности:

- репродуктивный,
- креативный,
- творческий



Сфера практического освоения медиапространства:

Умения:

- соблюдать этику общения в медиапространстве,
- понимать направленность медиатизированного диалога;

а также анализировать степень личного участия в создании и функционировании медиапространства на различных уровнях – от локального (например, школьного) медиапространства до общемировых информационных сетей



Медиаобразование в современной российской школе



Цель медиаобразования: формирование медиакультуры



Медиакультура – это
и правила поведения в
медиасообществе,
и совокупность созданных
материальных и духовных
ценностей,
и процесс производства и
воспроизводства
информации
(технология+идеология)

Пути формирования медиакультуры в школе

- Интегрированное медиаобразование
- Специальное медиаобразование



Комплект программ по медиаобразованию:

для 5-6 классов - Программа для школьной радиостудии;
для 7-8 классов - Программа по детской журналистике (для школьной газеты, альманаха или др. печатного издания);
для 8-9 классов - Программа кружка видеолюбителей;
для 9-10 классов - Программы "Детская телевизионная журналистика"; «Современный киноклуб»;
для 10-11 классов – Программы «История кино и телевидения», «Современная реклама», «Основы экранной культуры», «Основы медиакультуры» и др.

Цели формирования медиакультуры

- Самореализация
- Информационные компетенции
- Знание новых технологий



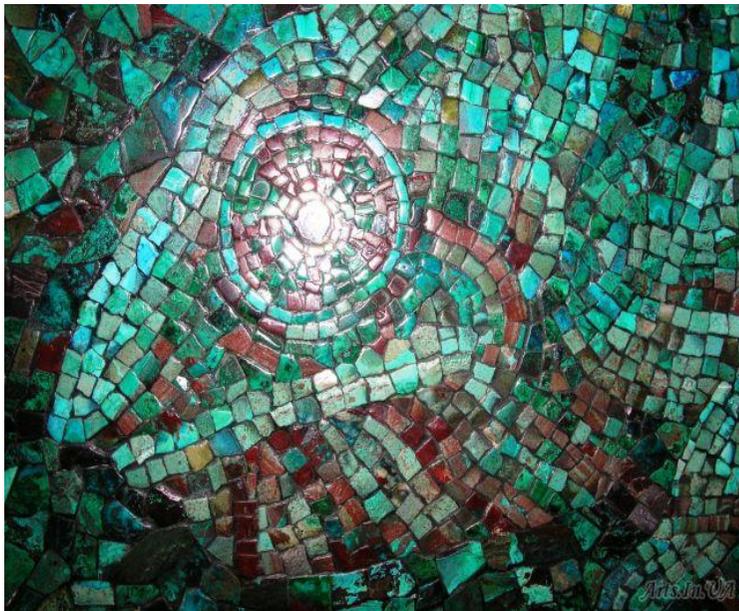
Цели формирования медиакультуры

- Творчество в новых информационных технологиях



Цели формирования медиакультуры

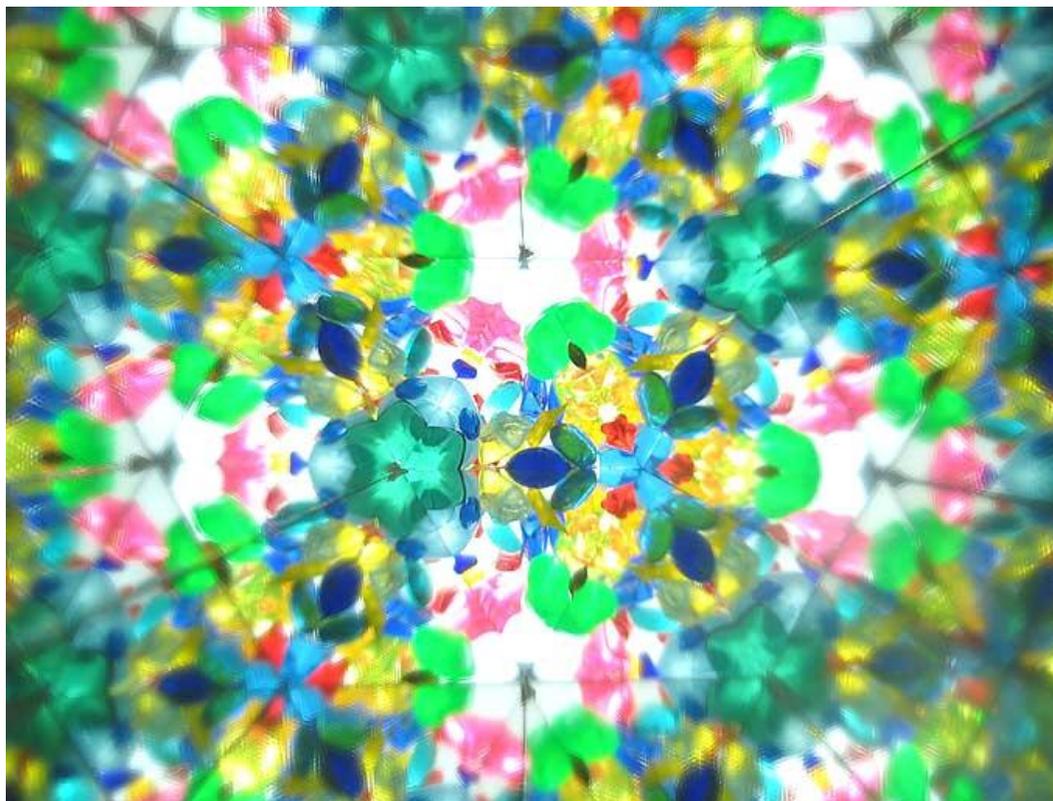
- Мозаичный взгляд на мир



- Калейдоскоп восприятия



Цели формирования медиакультуры: от калейдоскопа восприятия – к единой картине мира



Цели формирования медиакультуры: от
калейдоскопа восприятия –
к единой картине мира



Спасибо за внимание!