

ГОТОВНОСТЬ УЧИТЕЛЕЙ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА К МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ НА УРОКЕ

Мясникова Т.И.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Современное общество с акцентом на роль информации обозначается как информационное. Глобальное информационное общество (GIS, или Global Information Society) обещает затмить собой все предыдущие общественные модели за счет невиданного ранее использования информационных технологий и возможностей, открываемых интернетом. Данная перспектива общественного переустройства породила ряд глобальных задач перед педагогическим сообществом всего мира [1]. Их решением с середины прошлого века занимается медиаобразование. Под «медиаобразованием» предлагается понимать процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники [2].

В российских научных кругах сформировалось три подхода к результатам медиаобразования:

1. Усилия научной школы А.В. Федорова сконцентрированы на актуальной проблеме подготовки будущих медиапедагогов. Они базируются на понятии медиакомпетентности как новой парадигмы результата образования.

2. Одним из исследователей информационной грамотности в России Гендиной Н.И. разработана концепция информационной культуры личности, осуществляется анализ международных стандартов информационной грамотности.

3. Работы по осмыслению медиаобразовательных технологий как инструментов сферы масс-медиа принадлежат И.В. Жилавской. Ею была разработана журналистская модель медиаобразования, основанная на медиаактивности редакций СМИ [3].

В настоящий момент российская система образования не имеет четких позиций в достижении результата медиаобразования, учитывающих рекомендации вышеприведенных профессионалов. Журналисты и культурологи, занимающиеся медиакультурой, критично относятся к представленным разработанным медиапедагогами учебным программам, при этом критикуется недостаточное знание педагогами медиаландшафта, в то же время медиапедагоги подвергают критике дидактическую недостаточность разработанных журналистами учебных программ для школьников.

Несмотря на пристальное внимание ученых к проблеме внедрения медиаобразования в общеобразовательные школы, изучения СМИ, СМК, экранное искусство, развитие медиакомпетентности, Федеральные государственные образовательные стандарты ориентированы на ИКТ и

развитие ИКТ-компетенции [4]. Стандарты лишь косвенно отражают требования к развитию медиакомпетентности (медиаграмотности, информационной грамотности школьников).

Что касается университетского образовательного пространства, то выраженность медиаобразовательных компонентов проявляется в настоящее время не только в усиленном неформальном обучении обращения с медиа, но и в изменении содержания стандартов для высшей школы, отражающих требования информационного общества. Стандарты нового поколения (ФГОС ВО – 03) частично ориентируют на достижение медиаобразовательных результатов [5].

В качестве медиаобразовательного результата в своей опытно-экспериментальной работе на базе Оренбургского государственного университета мы использовали понятие «медиакомпетентность». С опорой на концептуальный подход Д. Бааке и модель развития медиакомпетентности К. П. Тройманна, У. Зандер, Д. Майстер [6] дефиницию понятия «медиакомпетентность» можно сформулировать как результат личностно-субъектных обретений студента в процессе формального и неформального обучения, характеризующий индивидуальную готовность личности к обращению с медиа. Показателями развития медиакомпетентности являются: медиакритика, знание о медиа, медиапотребление, медиаконструирование.

Таким образом, тенденции медиаобразования в российской педагогической действительности характеризуются становлением медиапедагогического дискурса на основе междисциплинарного подхода. Но массовое внедрение медиаобразования в образовательные организации не происходит. Открытым остается также и вопрос о достаточной подготовке педагогических кадров, готовых проводить медиаобразовательные курсы.

В 2014 году мы провели опрос среди 56 учителей немецкого языка, работающих в гимназиях, лицеях и общеобразовательных школах Оренбургской области. На вопрос «*Нужно ли обучать учеников обращению с медиа?*» все учителя ответили утвердительно. Отвечая на следующий вопрос «*Если нужно, то в какой форме? (возможно несколько вариантов ответа)*», 35 учителей хотели бы «интегрировать развитие медиакомпетентности учеников в учебный процесс» (рисунок 1). Исходя из этого, можно с большей долей вероятности утверждать, что сами учителя, большинство из которых проживают в сельской местности Оренбургской области, готовы вносить в свой предмет медиаобразовательные элементы.

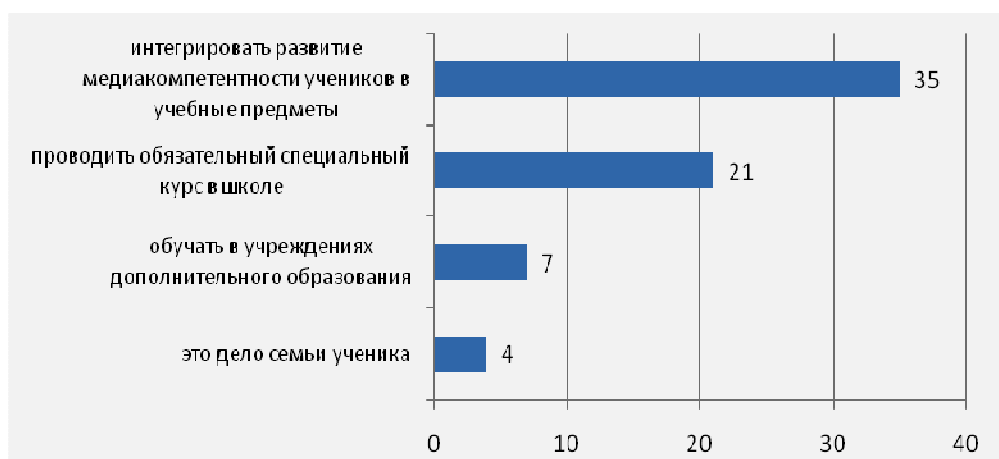


Рисунок 1 - Формы медиаобразования, по мнению учителей

Определив медиапотребление учителей и их представление о медийных предпочтениях учеников («Отметьте три медиа, которые являются для Вас самыми важными / которые являются самыми важными для Ваших учеников»), мы тем самым выявили ценностные позиции учителей и учеников в едином медиaprостранстве (рисунок 2), являющимся одновременно их жизненным пространством [7].

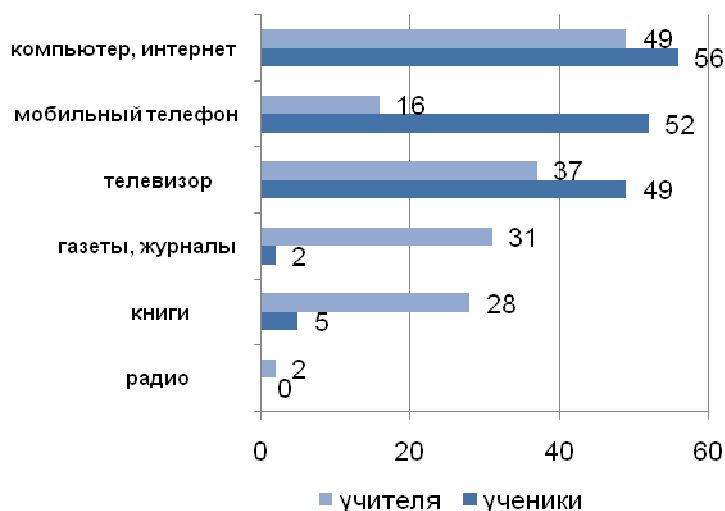


Рисунок 2 - Медийные предпочтения учителей и учеников

Для медиаобразовательной практики в школе целесообразнее выявлять у самих учеников их медиапредпочтения. Определение медийных предпочтений учеников служит отправной точкой взаимодействия учителя и ученика. Выбирая медиа и его содержание, ученик берёт на себя ответственность за конструирование собственного медиaprостранства. В настоящем опросе большинство учителей отдаёт предпочтение компьютеру. Четко прослеживается разница в предпочтении учителями и их учениками печатных и электронных медиа. Учителя традиционно выбирают книги, журналы и газеты, ученики, на их взгляд, ориентированы на новые медиа.

Таким образом, внедрение медиаобразования в учебный процесс есть

неотъемлемый фактор развития образовательной системы информационного общества, требующий разрешения возникающих дидактических, воспитательных и административных задач.

Список литературы

1. Кравченко, А.И. *Краткий социологический словарь*. – М.: Проспект, 2011. – 352 с.
2. Федоров, А.В. *Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности*. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
3. Жилавская, И.В. *Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования // Медиаскоп*. – 2008. – № 2. – С.7.
4. *Государственные образовательные стандарты, примерные учебные планы и программы высшего профессионального образования [Электронный ресурс]: федеральный портал. / Российское образование*. – Режим доступа : <http://www.edu.ru/db/portal/spe/index.htm>. – 22.12.2014.
5. Ольховая, Т.А., Мясникова, Т. И. *Развитие медиакомпетентности студентов университета: учебное пособие*. – М.: Дом педагогики, ИПК ГОУ ОГУ, 2011. – 126 с.
6. Treumann, K.P., Sander, U., Meister, D. u.a. : *Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell*. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007. – 808 S.
7. Baacke, D., Sander, U., Vollbrecht, R.: *Lebenswelten sind Medienwelten*. – Op-laden: Leske + Budrich, 1990. – 259 S.