

РАЗДЕЛ II. КОМПЛЕКСНОЕ ПОЗНАНИЕ СОВРЕМЕННОГО
ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА

SECTION II. COMPLEX COGNITION OF THE MODERN
PERSON AND SOCIETY

ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

DOI: 10.25629/НС.2020.09.03

Ерофеева М.А.¹, Шанин С.В.², Коповая О.В.³

¹Московский университет Министерства внутренних дел
Российской Федерации имени В.Я. Кикотя

Россия, Москва

²Саратовский областной институт развития образования

Россия, Саратов

³Академия социального управления

Россия, Москва

Аннотация. В современных реалиях важнейшим инструментом контроля над процессом формирования социальных представлений и установок является целенаправленное формирование групповой и индивидуальной культуры медиапотребления. Разработанная программа формирования культуры медиапотребления обучающихся представляет собой индивидуальную когнитивную переработку медиаинформации, включая способы и критерии оценки медиапродуктов. Авторами дается развернутое описание одного из возможных вариантов специальных обучающих программ, способствующих коррекции индивидуальных и развитию групповых стандартов медиапотребления. Созданные обучающие упражнения позволяют стимулировать участников тренинга к пониманию необходимости формирования осознанного медиапотребления и направляют их внимание на ключевые составляющие этого процесса.

Авторская разработка и апробация тренинга проводились с 2019 по 2020 годы на базе профессиональной образовательной организации «Саратовский техникум отраслевых технологий». В исследовании приняли участие 60 студентов. Программа групповых занятий состояла из трех структурно-содержательных блоков, каждый из которых направлен на решение одной из трех основных задач. Примененный метод математической статистики (коэффициенты взаимной сопряженности Пирсона и Чупрова) позволил констатировать эффективность авторской программы. Кроме того, по итогам апробации программы авторы отмечают, что конечные цели и конкретные задачи в сфере формирования культуры потребления медиаинформации могут быть корректно сформулированы при условии сбалансированного междисциплинарного анализа существующих тенденций и установок массового сознания. Эти цели и задачи должны отражать потребность обучающихся в выработке таких стратегий, методов и норм когнитивной и индивидуально-регулятивной деятельности, которые позволяют адекватно реагировать на эксплозивную динамику развития информационно-виртуального пространства как технологическую основу современных массмедиа.

Ключевые слова: культура медиапотребления, образовательное пространство, медиaproстранство, медиаинформация.

Введение

Неконтролируемое развитие информационного пространства, стимулируемого развитием информационных технологий, создает новые риски в развитии общества в целом. Остается актуальной задача поиска эффективных средств противодействия негативному влиянию массмедиа и одним из таких средств может выступать культура медиапотребления.

Культура медиапотребления (далее – КМП) – это динамическая составляющая общественного сознания, которая необходима для адекватной реализации всего позитивного потенциала медиaprостранства и нейтрализации вероятных рисков, связанных с экспансивным функционированием современных массмедиа [4].

Формирование индивидуальной и групповой КМП выступает в настоящее время уникальным способом ликвидации разрушительных влияний, появляющихся в ходе экспансивного изменения медиaprостранства и информационных технологий. Всякого рода референтная информация обязательно модифицирует наше представление о чем-то, порождая, таким образом, личностные изменения и кризисы. В связи с этим появляющиеся трансформации сознания не всегда носят позитивный характер. Эмпирические исследования свидетельствуют, что результатом интенсивного увеличения массмедиа становятся различные социально-психологические явления: массовая интеллектуальная унификация, познавательная дезориентация и деструктивная трансформация сознания, обусловленная чрезмерным объемом информации, отрицание своей уникальности, отрыв от культурных корней и реконструкция усвоенных ранее моделей индивидуальной идентичности без формирования схожих.

Становление индивидуальной культуры потребления информации дает возможность человеку не только взаимодействовать с социумом, но и укреплять культурную аутентичность, личностную идентичность даже при условии серьезных изменений Я-концепции. Поэтому увеличение числа медиапотребителей с высоким уровнем развития КМП, приведет к росту КМП на уровне группового/коллективного сознания.

Значимым условием формирования КМП выступает понимание человеком того, как в ходе усвоения и реконструкции информации появляется прочная связь между знаниями и эмоциями, а также того, как форма, содержание, средства создания и передачи медиасообщений вызывают те или иные аффективные и когнитивные отклики [10]. Аффективные и познавательные процессы представляют единство в психике личности, вместе с тем мы, не отрицая необходимости их дифференциации с целью эвристичности исследовательского подхода. В проблематике исследований медиапотребления необходимо рассматривать познавательную и аффективную сферы как две взаимосвязанные, но вместе с тем независимые составляющие [12]. Блокада личностного развития часто сочетается с доминированием эмоций над когнициями или когниций над эмоциями [1].

В сегодняшних условиях требуется сознательно и произвольно применять возможности этих сфер для повышения эффективности усвоения информации. Так, мы можем целенаправленно направлять наши когниции для управления и регулирования аффективных процессов (например, нивелирую фобии перед незнакомым посредством основательного его изучения), а эмоции – для активизации и преобразования наших когниций (например, посредством самоиронии, сатиры, шутки и пр.). Исходя из этого, формирование индивидуальной культуры медиапотребления должно базироваться на совершенствовании умений максимально продуктивно применять познавательные либо аффективные процессы в качестве компенсаторных/ресурсных средств усвоения информации.

В ходе формирования КМП происходит уменьшение избыточных и нецелесообразных временных и психических издержек на процесс усвоения информации, в том числе ее отбор, хранение и реконструкция. В настоящий момент взаимодействие человека с информацией зачастую происходит за счет уменьшения времени, расходуемого на значимые области жизни (реализация семейных обязанностей, помощь родным, поддержка собственного здоровья, взаимодействие с друзьями, и т.п.). С целью ликвидации выше названных перекосов требуется совершенствовать следующие компоненты культуры потребления информации:

- освоение ключевых стратегий и базовых техник потребления необходимой информации;
- освоение основных правил действия с разнообразными информационными базами, готовность к оптимальной обработке различных по типу подачи сообщений в медиaprостранстве [6; 7].

Вместе с тем, для продуктивных действий с широким спектром информации человек должен уметь осознанно фиксировать как контекстуальные/объективные, так и аутентичные/субъективные смыслы в воспринимаемых текстах и эффективно воспроизводить познаваемые явления и процессы, выделяя значимые медиасообщения [11; 13]. Значимым критерием высокого уровня КМП выступает способность осваивать и удерживать в памяти любые медиасообщения, сокращая их до оптимального числа (7 ± 2) существенных терминов, групп или символов.

Тем не менее, обладание вышеназванными умениями и способностями не всегда уменьшает психические затраты человека и общее суточное время его работы с информацией. Это может являться следствием осознанного или бессознательного желания к реконструкции потоков информации, превосходящих потенциал конкретного человека. Данная ситуация может складываться в силу различного рода личностных изменений: преувеличение собственных сил, обусловленное гипертрофированным и неудовлетворенным личным тщеславием и стремлением к сверхзначимым идеям; высокая степень ответственности и/или тревожности, проявление которых, в том числе включает развитие обсессивной иллюзии управления действительностью, обусловленной непрерывным накоплением информации; стремление к эскапизму. Для ликвидации указанных изменений, как правило, необходимы специфические коррекционные и терапевтические практики.

Становление и развитие КМП должно быть ориентировано на оптимальное потребление фактуально-технологической и ценностно-формирующей информации [2; 15]. Значительная часть современных телевизионных компаний, новостных агентств, интернет-порталов нацелены на создание и трансляцию медиатекстов, трактующих различные факты, события, происшествия [5; 14]. Интернет-ресурсы и печатные средства профессиональных сообществ также в большинстве случаев ориентированы на выпуск информации о политических событиях и социально-экономических явлениях, технологических инновациях и научно-исследовательских продуктах [8].

Создание медиасообщений, сущность которых предполагает изложение фактов и событий, стремительно растет, потому что именно эти тексты в значительной мере соответствуют ожиданиям и запросам нынешних и предполагаемых потребителей [3]. Однако нельзя забывать, что фактуально-технологическая информация не может имманентно содержать позитивные социальные смыслы. Всякие факты и технологии получают положительные смыслы только при условии укоренения и преобладания в индивидуальном и массовом сознании базовых или традиционных ценностей, как правило, транслирующихся в тех или иных знаковых формах. Трансляция архетипически сформировавшихся моделей от одного поколения к другому происходит комплементарно символическим и знаковым элементам информации.

Таким образом, создание упорядоченных фактов/научно-технических знаний и культурно обусловленных базовых представлений о мире всегда должно опираться на принципе взаимодополненности знаково-символической (передача фактов и технологий) и ценностно-смысловой (передача идеалов и ценностей) информации. Это становится особо важно при ускоренном развитии технологий искусственного интеллекта.

Фактически, процесс развития культуры медиапотребления, отчасти повторяет путь изменений функции информации на разных этапах становления общества. Ряд авторов (Долгов Ю.Н., Коповой А.С., Малюченко Г.Н., Смирнов В.М.) выделяют четыре этапа (стадии) развития информации и отмечают изменение ее функций на каждом из них [4].

Первая стадия развития – стадия преобладающей востребованности информации, выполняющей адаптивно-регулятивную функцию.

Если рассматривать данную стадию в контексте эволюции общественно-исторических формаций, необходимо отметить её неизбежное хронологическое совпадение не только с полным циклом развития первобытнообщинного строя, но и со временем зарождения и развития родоплеменных отношений. А поскольку региональные процессы культурно-психологического созревания и социально-политического становления человеческих сообществ, как правило, асинхронны, мы не можем говорить о неких всеобщих датах (в веках/годах), но должны говорить о конкретных признаках начала и завершения данной стадии. В технологическом аспекте её можно охарактеризовать как стадию появления первых, стихийно возникших способов фиксации и передачи личного и коллективного опыта, первых стихийно развивающихся моделей обмена значимой информацией через графические, пластические и ритуальные формы её выражения. В этой связи следует заметить, что утрата стихийности развития информационного поля, что проявилось на этапе распада родоплеменных отношений, является важнейшим признаком окончания данной стадии, признаком того, что в локальном культурно-историческом пространстве исчерпаны все возможности для преобладающего функционирования информации адаптивно-регулятивной направленности.

Поскольку практика производства социальной информации на данной стадии только зарождается, то, по сути, она сводится к производству разного рода предписаний по выживанию и успешному поведению человека в мире. Эти предписания могли носить характер коллективных табу, священных обетов, передаваемых из поколения в поколение. Только следуя им, древний человек мог рассчитывать на защиту покровительствующих богов, духов или невидимых предков. Нередко истинный смысл этих предписаний имел весьма рациональную основу, то есть, по сути, они представляли собой инструкции по сведению к минимуму издержек и опасностей, возникающих в ходе адаптации человека к окружающему пространству. Таким образом, в отношении подавляющего большинства представителей человеческого сообщества на этой стадии доминировала адаптивно-регулятивная функция информации.

Вторая стадия развития – стадия преобладающей востребованности информации, выполняющей консервативно-дифференцирующую функцию.

Опираясь на распространенную историческую хронологию можно утверждать, что данная стадия развития информационного пространства охватывает исторический период от заката родоплеменных отношений к зарождению и расцвету феодального общества. Как известно большая часть народов Европы прошла путь от зарождения до заката феодализма в период между III и XVIII веками нашей эры. К началу этого периода человеческое общество уже достигло такого уровня развития, когда вопросы первичной адаптации к природной среде по большому счёту уже были решены, а вопросы регуляции социального поведения решались не столько на стихийно возникающих сходках и периодических токовищах, сколько путём принятия единоличных или консолидированных решений тех, кто обладал реальной властью – властью наказывать или прощать. В усложняющейся социальной системе актуализируются такие проблемы как дисгармония межклассовых отношений, зыбкость традиционных мировоззренческих представлений, исходящих от духовной и светской власти, отсутствие или дефицит объединяющих все слои общества целей и ценностей.

В контексте растущего экономического расслоения закономерно возникает потребность в осмыслении истоков социального неравенства, в обосновании расслоения общества на сословия и касты. Востребованными становятся такие услуги производителей информации как философско-религиозное оправдание установившейся социально-политической структуры, «освящение» церковной иерархии, убеждение в необходимости сохранения сложившихся практик наследования материальных благ и властных полномочий. Как следствие, представители наиболее обеспеченных социальных групп всячески поощряют распространение информации, выполняющей не столько просветительскую (как это официально декларировалось), сколько консервативно-дифференцирующую функцию.

Третья стадия развития – стадия преобладающей востребованности информации, выполняющей инновационно-утилитарную функцию.

В плане исторической хронологии начало данной стадии совпадает с периодом становления нового социального класса – европейской буржуазии и переходом от экстенсивных форм ведения хозяйства эпохи феодализма к конкурентно ориентированной рыночной экономике Нового и Новейшего времени. Как известно к концу 17-го века вследствие череды буржуазных революций в Европе произошло существенное изменение политико-экономических моделей государственного устройства. Появляется и достаточно быстро набирает силу социальный запрос на информацию, так или иначе способствующую развитию индустрии, новых промышленных технологий; информацию научно-практического характера, облегчающую повседневное бытовое существование человека и расширяющую его амбиции в отношении овладения физическим миром. Интенсивно развиваются точные науки, появляются многочисленные прикладные исследования и теоретические концепции по естественным наукам – механике, архитектуре, химии, биологии, медицине и т.п. Как следствие – быстро расширяется сеть европейских университетов, востребованные и успешные их выпускники создают научные трактаты и технологии, направленные на трансформацию окружающей среды в интересах человечества. Возникают первые цеховые и инженерные школы, академические традиции, построенные на идеях технократического развития человечества, интенсивного потребления природных ресурсов и трансформации окружающей среды.

В качестве наиболее выраженной на этой стадии (особенно в Новейшее время) тенденции развития информационных технологий можно назвать объединение государственных и общественных усилий по автоматизации производства и передачи информации. По сути, в период с начала 19-го до конца 20-го века произошла серия качественных скачков и революционных изменений в развитии и освоении информационных технологий. В качественном аспекте эти изменения означают концептуальное переосмысление диапазона возможностей знаково-опосредованных форм производства, сохранения и передачи информации. Это привело к созданию таких технологий как шифровка военных сведений, кодировка документов, представляющих особую государственную ценность, а впоследствии, к разработке различных культурно-символических, культурно-стилистических языков, передающих абстрактные социально-философские идеи, а также разработке цифровых и электронных кодов для передачи сведений конкретного правового или научно-технического характера. Произошедшие за последние два века количественные изменения заключаются в многократном расширении тиражей выпускаемых книг, журналов, газет, географических карт, технических чертежей, в публикации самых различных справочных изданий и энциклопедий, уже первые из которых, по сути, выполняли роль стационарных информационно-поисковых систем на бумажной основе. Особо отметим, что интенсивный рост количества тиражей и многообразия сведений был вызван столь же растущим запросом общества на информацию, позволяющую систематически познавать материальный мир, позволяющую использовать научные знания и технические достижения для превращения природы в «мастерскую», которую человек пожелал устроить по собственному разумению. Таким образом, важнейшей, ключевой для понимания описываемой стадии характеристикой является резкое нарастание социального запроса на инновационно-утилитарную функцию информации.

Четвертая стадия развития – стадия преобладающей востребованности информации, выполняющей синергетически-глобализирующую функцию.

Эта наиболее поздняя, продолжающаяся в данный исторический момент стадия развития информационного пространства.

Первые признаки возникновения глобализирующей функции информации можно обнаружить ещё на предшествующей стадии вместе с возникновением общеевропейской университетской сети. Как известно, уже к 1500 году в городах Европы насчитывалось 65 университетов, профессора и сотрудники которых стремились постоянно обмениваться результатами своих исследований. По мнению ряда экспертов, явное научное лидерство Старого Света, наблюдавшееся с середины 18-го по середину 20-го столетий, непосредственным образом вытекает из сетевого принципа развития знаний, систематическое внедрение которого началось уже в первых

европейских университетах [9]. Не случайно за два последних века, научная информация, с одной стороны, всё более становилась предметом социальной конвенции, а с другой – продуктом функционирования взаимосогласованной сети её производителей и потребителей.

В режиме параллельного процесса все последние века нарастали и эффекты синергетического взаимодействия информационного пространства с социально-политической и экономической сферами общественной жизни. Как известно, социальная синергетика подпитывается оперативным и непрерывным информационным обменом. По мере насыщения информационного пространства научными данными и концептуальными знаниями происходит нарастание фактов взаимообогащающего, во многом непредсказуемого, соразвития (коэволюции) его субъектов и, как следствие, к продуктивной трансформации социальных институтов.

Материалы и методы исследования

Для развития общей информационной культуры обучающихся необходимо внедрять в образовательный процесс программы, направленные на формирование (и, при необходимости, коррекцию) культуры медиапотребления подростков. Приведем описание одного из возможных вариантов такого рода программ, разработанного и апробированного нами в организации среднего профессионального образования г. Саратова.

Приступая к разработке общей концептуальной основы программы, мы исходили из того, что созданные нами, обучающие упражнения (составляющие содержательно-смысловую основу тренинга) должны стимулировать участников тренинга к пониманию необходимости формирования осознанного медиапотребления и направлять их внимание на ключевые составляющие этого процесса. Тренинг направлен на обучение участников отслеживать свои реакции на такие характеристики медиатекстов, как степень экспрессии, интеллектуальная глубина, изысканность выражений. И поскольку форма подачи медиатекстов может значительно влиять на восприятие вложенных в них ценностей и идей, участники тренинга учатся при необходимости мысленно отделять форму от смыслового содержания медиатекста. В целях развития адекватного восприятия социально значимой информации студенты учатся оценивать и прогнозировать конкурентность и общественную востребованность тех или иных идей и смыслов.

Авторская разработка и апробация тренинга проводились в 2019-2020 гг.

Данная программа направлена на формирование культуры потребления различного рода медиапродукции у представителей молодого поколения в возрасте от 14 до 18 лет. В процессе разработки и апробации тренинга мы исходили из следующих допущений:

- участники тренинга могут не осознавать или не признавать имеющиеся у них пробелы в знаниях и умениях, обеспечивающих высокий уровень развития культуры медиапотребления, что необходимо учитывать при построении структуры групповых занятий;
- разработка содержания и структуры групповых заданий должна строиться с учетом возможных расхождений в уровне технической компетентности, информационной грамотности, в когнитивных стилях и мотивации участников программы;
- минимальный результат (эффект) от проведения данной программы должен заключаться в формировании готовности участников оптимизировать индивидуальное медиaproстранство путем осмысленного, конструктивно-критического восприятия различных информационных потоков и их источников.

При построении структуры и содержания программы занятий были использованы обучающий и коррекционно-развивающий потенциал когнитивно-поведенческой и экзистенциально-гуманистической терапии, элементы процессуально-ориентированного подхода к работе с группой. В целях освоения требуемых знаний и умений, повышающих психологическую культуру повседневного медиапотребления, были использованы следующие приемы работы с группой:

- дискуссии на заданные темы, позволяющие выявлять актуальные позиции участников;
- игровые задания, предполагающие идентификацию с носителями социальных ролей/функций;

– моделирование стандартных и нестандартных ситуаций и процедур взаимодействия в системе «СМИ – потребитель».

Содержательно-смысловая основа групповых занятий раскрывается через выполнение заданий, направленных на проигрывание социальных ролей/функций, выполняемых медиапотребителями и представителями СМИ, и освоение соответствующих знаний, умений, обеспечивающих формирование культуры медиапотребления. В режиме активной групповой работы участники программы получают ценный опыт освоения наиболее оптимальных режимов медиапотребления и начинают более адекватно понимать специфику взаимодействия современных СМИ и потребителей медиаинформации.

При разработке содержания данной программы мы придерживались принципа учета возрастных особенностей, что важно при построении коррекционно-развивающих занятий по тематике жизнестойкости. Наша программа рассчитана на возрастные группы от 14 лет. Для них разработаны специализированные комплексные тренинг-программы, направленные на развитие различных компонентов жизнестойкости и формирование критического отношения к глобальному медиапространству.

Для изучения индивидуальных особенностей медиапотребления мы провели исследования с участием обучающихся государственного автономного профессионального образовательного учреждения Саратовской области «Саратовский техникум отраслевых технологий». Общая выборка составила 60 человек – студенты первого и второго курсов, поступившие в техникум после окончания 9-ти классов. Исследование проводилось в начале (сентябрь 2019 г.) и во второй половине (февраль 2020 г.) 2019-2020 учебного года.

Для проведения исследования была выбрана методика «Индивидуальный стиль медиапотребления» (Долгов Ю.Н., Коповой А.С., Малюченко Г.Н., Смирнов В.М.), представляющая собой опросник с критериями по 4-ем шкалам оценки индивидуального стиля потребления медиаинформации:

1. Шкала ЭПВ (эмоционально-познавательная вовлеченность); позволяет выявить степень вовлеченности респондента в различные формы медиапотребления и как следствие его вовлеченности в переживание событий и процессов, отраженных в поступающей ему информации.

2. Шкала ВКМ (волевой контроль медиапотребления); позволяет определить уровень волевого самоконтроля респондента в отношении сформировавшихся и формирующихся у него способов и режимов потребления медиаинформации.

3. Шкала РКМ (рефлексивная критичность медиапотребления); позволяет определить развитие у респондента умений, навыков, позволяющих с рефлексивной критичностью воспринимать любого рода информацию, избегая её интроекцию (некритическое «заглатывание»).

4. Шкала ЭПИ (эффективность поиска информации); позволяет определить индивидуальный уровень развития умений и навыков, обеспечивающих эффективность поиска в медиапространстве жизненно важной для респондента информации [4; 10].

Результаты исследования

Логика исследования предполагала 3 этапа: констатирующий, формирующий, контрольный.

На констатирующем этапе (сентябрь 2019 года) было проведено исследование по определению исходного уровня особенностей медиапотребления обучающихся. Были получены следующие результаты (см. таблица 1):

– по шкале ЭПВ высокая вовлеченность в медиапотребление характерна для большинства обучающихся техникума (78 % (47 человек)); средний уровень включенности респондента в медиапространство характерен для 22 % (13 человек) студентов; низкий уровень зафиксирован не был;

– по шкале ВКМ низкий уровень развития у респондента умений и навыков самоконтроля характерен для 72 % (43 человека) студентов; средний уровень – 23 % (14 человек) обучающихся; высокий уровень – 5 % (3 человека) студентов;

– по шкале РКМ низкий уровень развития у респондента способности к критичному анализу медиаинформации был зафиксирован у 77 % (46 человек) студентов; средний уровень – 23 % (14 человек) студентов; высокий уровень зафиксирован не был;

– по шкале ЭПИ низкий уровень развития у респондента знаний, умений и навыков, способствующих продуктивному поиску актуально значимой информации, характерен для 65 % (39 человек) студентов; средний уровень – 30 % (18 человек) студентов; высокий уровень – 5 % (3 человека) студентов.

Таблица 1 – Констатирующий этап

Название шкалы	Шкала ЭПВ			Шкала ВКМ			Шкала РКМ			Шкала ЭПИ		
	выс.	сред.	низк.									
Студенты (%)	78	22	0	5	23	72	0	23	77	5	30	65
Студенты (чел.)	47	13	0	3	14	43	0	14	46	3	18	39

Формирующий этап (октябрь 2019 года – январь 2020 года) включал в себя реализацию вышеописанной программы групповых занятий, состоящих из трех структурно-содержательных блоков, каждый из которых направлен на решение одной из трех основных задач.

На контрольном этапе (февраль 2020 года) по итогам использования методики «Индивидуальный стиль медиапотребления» были получены следующие показатели (таблица 2):

– по шкале ЭПВ наблюдалось незначительное смещение от высокого к среднему уровню: высокий уровень – 65 % (39 человек) студентов; средний уровень включенности респондента в медиапространство характерен для 35 % (21 человек) студентов; низкий уровень зафиксирован не был;

– по шкале ВКМ был зафиксирован прирост в показателях среднего уровня и рост высокого уровня: высокий уровень – 12 % (7 человек) студентов; средний уровень – 42 % (25 человек) студентов; низкий уровень – 46 % (28 человек) студентов;

– по шкале РКМ также наблюдался значительное увеличение показателя среднего уровня за счет уменьшения количества респондентов с низким уровнем развития способности к критичному анализу медиаинформации, а также появление участников эксперимента с высоким уровнем данного показателя: низкий уровень – 53 % (32 человека) студентов; средний уровень – 40 % (24 человека) студентов; высокий уровень – 7 % (4 человека) студентов;

– по шкале ЭПИ повысились показатели среднего и высокого уровней развития у респондентов знаний, умений и навыков, способствующих продуктивному поиску актуально значимой информации за счет существенного снижения параметра низкого уровня: высокий уровень характерен для 18 % (11 человек) студентов; средний уровень – 62 % (37 человек) обучающихся; низкий уровень – 20 % (12 человек) студентов.

Таблица 2 – Контрольный этап

Название шкалы	Шкала ЭПВ			Шкала ВКМ			Шкала РКМ			Шкала ЭПИ		
	выс.	сред.	низк.									
Студенты (%)	65	35	0	12	42	46	7	40	53	18	62	20
Студенты (чел.)	39	21	0	7	25	28	4	24	32	11	37	12

С целью дальнейшей обработки полученных данных мы использовали коэффициенты взаимной сопряженности Пирсона и Чупрова, которые позволили выявить связь между этапами экспериментальной работы и повышением уровня волевого контроля медиапотребления, рефлексивной критичности медиапотребления, эффективности поиска информации, а также снижением показателя эмоционально-познавательной вовлеченности обучающихся (таблица 3).

Связь считается подтвержденной, если коэффициенты Пирсона и Чупрова принимают значения в пределах больше 0, но меньше 1.

Таблица 3 – Коэффициенты взаимной сопряженности Пирсона и Чупрова

Название шкалы	Шкала ЭПВ		Шкала ВКМ		Шкала РКМ		Шкала ЭПИ	
	Пирсона	Чупрова	Пирсона	Чупрова	Пирсона	Чупрова	Пирсона	Чупрова
Студенты	0,14	0,10	0,24	0,20	0,26	0,25	0,42	0,40

Воспользовавшись вспомогательной таблицей для расчета коэффициентов взаимной сопряженности, мы можем утверждать, что существует устойчивая связь (от 0,25 до 0,75 – связь средняя) между этапами экспериментальной работы и повышением уровня рефлексивной критичности медиапотребления, эффективности поиска информации студентов. Также констатируем, что между экспериментальными этапами и повышением уровня волевого контроля медиапотребления, а также снижением показателя эмоциональной вовлеченности обучающихся существует слабая связь (значения рассчитанных коэффициентов находится в пределах от 0 до 0,25).

Таким образом, примененный метод математической статистики доказывает эффективность разработанной нами программы, направленной на повышения уровня культуры медиапотребления обучающихся, и осуществленного на ее основе экспериментального исследования.

Обсуждение результатов исследования

В результате анализа итогов эксперимента можно заключить, что высокий уровень вовлеченности респондентов в медиапотребление (шкала ЭПВ) свидетельствует о том, познавательная активность обучающихся и сопутствующие эмоциональные реакции во многих случаях определяются процессами, происходящими в медиапространстве. Наряду с этим, отметим, что студенты в нашей выборке изначально имели высокий уровень эмоциональной вовлеченности, т.к. информационное пространство является основным пространством их социального взаимодействия.

Повышение уровня волевого контроля медиапотребления (шкала ВКМ) свидетельствует о том, что участники эксперимента в большинстве случаев осознают цели потребления той или иной информации и в значительной степени контролирует содержание потребляемой информации. Респонденты понимают значимость сознательного контроля при формировании навыков медиапотребления и, в целом, способны распределять и оптимизировать время, затрачиваемое на получение информации.

По результатам эксперимента можно констатировать наличие среднего уровня сформированности у испытуемых критичности при восприятии медиаинформации, о наличии у них саморефлексии в отношении объективного значения и личностного смысла воспринимаемой информации (шкала РКМ). В большинстве случаев испытуемые способны к сравнительному анализу качества сообщений, исходящих из медиапространства. Вместе с тем при обработке информации респонденты не всегда способны достичь желаемого результата с минимальными затратами.

Необходимо отметить значительное увеличение количества участников эксперимента с высоким уровнем показателя эффективности поиска информации (шкала ЭПИ) – рост на 13 %. Это означает, что такие обучающиеся находятся в постоянном процессе совершенствования способов нахождения требуемой информации, целенаправленно формирует систему поисковых технологий, позволяющих легко ориентироваться в окружающих медиапотоках.

В целом, как показал опыт апробации данной программы, ее успешная реализация возможна только при последовательном прохождении групповых занятий по всем трем блокам. Поскольку каждый блок групповых занятий направлен на решение отдельной задачи, целесообразно разбить их проведение как минимум на три отдельных дня. Однако в условиях общеобразовательных учреждений с учетом возрастных особенностей участников программы и их основной учебной нагрузки проведение групповых занятий может быть растянуто на срок от нескольких недель до нескольких месяцев.

Заключение

Представленная комплексная программа прошла апробацию и внедрение в образовательных учреждениях Саратовской области начиная с 2018 года. В настоящее время она вышла на межрегиональный уровень через партнерскую сеть образовательных учреждений и НКО. Ее отдельные компоненты можно успешно адаптировать под актуальные запросы педагогов и обучающихся, что в свою очередь способствует раскрытию их творческого потенциала. Также программа может быть реализована в формате элективных курсов, а также на занятиях, проводимых в процессе прохождения практики студентами старших курсов факультетов педагогики и психологии.

Отметим, что формировать культуру потребления медиаинформации можно так же целенаправленно, как и психологическую культуру в целом, то есть путем реализации специальных образовательно-профилактических и коррекционно-развивающих программ (например, в форме факультативных занятий и спецкурсов для студентов, тренинг-программ и т.п.). В настоящее время в общественном сознании уже сформировался запрос на такого рода программы и учебно-тренировочные курсы. Таким образом, реализация конкретных задач по формированию КМП предполагает обязательность разработки, апробации и внедрения указанных образовательно-профилактических программ и групповых тренинговых занятий. Важнейшими условиями успешности формирования КМП являются системность и наличие квалифицированных специалистов на всех этапах его организации.

Библиография

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Гуманитарный центр, 2007. 288 с.
2. Бьюгина Д. М. От аудитории к медиапотребителю: трансформация концепции аудитории в медиаисследованиях // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6, № 1. С. 119-127. doi: 10.17150/2308-6203.2017.6(1).119-127.
3. Гостев А. А. Психологические аспекты изучения глобальной манипуляции // Психологический журнал. 2017. № 4. С. 17-28. doi: 10.7868/S020595921704002X.
4. Долгов Ю. Н., Коповой А. С., Малюченко, Г. Н., Смирнов В. М. Развитие культуры медиапотребления: социально-психологический подход: монография. Саратов: Издательство Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского, 2009. 208 с.
5. Дунаев Д. В., Толоконникова А. В., Черевко Т. С. Актуальные концептуальные подходы к рассмотрению процесса медиапотребления онлайн-новостей молодежью // Вестник московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 30-50.
6. Ерофеева М.А. Плеханов А.А. Культура потребления медиаинформации (учебно-методическое пособие). М: Экон-информ, 2011. – 173 с.
7. Жижина М. В. Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования: о критериях оценки медиакомпетентности // Медиаобразование. 2016. №4. С. 47-65.
8. Коломиец В. П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социологические исследования. 2010. № 1. С. 58-66.
9. Неклесса А. И. Неопознанная культура. Ч. 3. Глобализм и сетевая культура. Гностические корни постсовременности. URL:<http://www.apn.ru/publications/article19295.htm> (дата обращения: 22.05.2020).

10. Смирнов В. М., Коповой А. С. Специфика негативного воздействия современных информационных технологий на личность старшеклассника в контексте трансформации характера социального взаимодействия // Пензенский психологический вестник. 2016. № 1 (6). С. 78-86. DOI: 10.17689/psy-2016.1.5.

11. Смирнов В. М., Малюченко Г. Н. Психологическая диагностика и коррекция медиапотребления: учебно-методическое пособие. Саратов: Издательский центр «Наука», 2011. 91 с.

12. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.

13. Шанин С. В., Жуковский В. П. Подготовка педагога к формированию культуры потребления медиаинформации // Профильная школа. 2016. № 4. С. 52-55. doi: 10.12737/21511.

14. Arendt F., Northup T., Samaj L. Selective Exposure and News Media Brands: Implicit and Explicit Attitudes as Predictors of News Choice // Media Psychology, 22:3. 2019. pp. 526-543. doi: 10.1080/15213269.2017.1338963.

15. Bachmair B. Media culture digital, individualized mobile devices as cultural resources for learning in the process of migration // МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ. 2017. № 2. С. 170-186.

Ерофеева Мария Александровна. Доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики. ORCID ID: 0000-0001-7176-513X. E-mail: erofeeva-ma72@yandex.ru

Шанин Сергей Викторович. Кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой профессионального обучения. ORCID ID: 0000-0002-5778-9116. E-mail: doiios@yandex.ru

Коповая Оксана Владимировна. Кандидат педагогических наук, доцент, психолог. ORCID ID: 0000-0003-2557-6770. E-mail: mkkrass@yandex.ru

EXPERIENCE OF FORMING CULTURE OF MEDIA CONSUMPTION IN VOCATIONAL EDUCATION ORGANIZATIONS

DOI: 10.25629/HC.2020.09.03

Maria A. Erofeeva¹, Sergey V. Shanin², Oksana V. Kopovaya³

¹Moscow University of the Ministry of Internal Affairs

Russian Federation named after V.Ya. Kikotya

Russia, Moscow

²Saratov Regional Institute of Education Development

Russia, Saratov

³Academy of Social Management

Russia, Moscow

Abstract. In modern realities, the most important tool for controlling the process of forming social representations and attitudes is the purposeful formation of a group and individual culture of media consumption. The developed program for the formation of students' media consumption culture is an individual cognitive processing of media information, including methods and criteria for evaluating media products. The authors give a detailed description of one of the possible options for special training programs that contribute to the correction of individual and the development of group standards for media consumption. The created training exercises allow to stimulate the training participants to understand the need for the formation of conscious media consumption and direct their attention to the key components of this process.

The author's development and testing of the training was carried out from 2019 to 2020 on the basis of the professional educational organization "Saratov college of industry technologies". The study involved 60 students. The group study program consisted of three structurally-substantive blocks, each of which is aimed at solving one of the three main tasks. The applied method of mathematical statistics (coefficients of mutual conjugacy of Pearson and Chuprov) made it possible to ascertain the effectiveness of the author's program. In addition, according to the results of testing the program, the authors note that the ultimate goals and specific tasks in the formation of a culture of media consumption can be correctly formulated subject to a balanced interdisciplinary analysis of existing trends and attitudes of mass consciousness. These goals and objectives should reflect the need of students to develop such strategies, methods and norms of cognitive and individual regulatory activity that allow them to adequately respond to the explosive dynamics of the development of information and virtual space as the technological basis of modern mass media.

Key words: culture of media consumption, educational space, media space, media information.

References

1. Vinterkhoff-Shpurk P. *Mediapsikhologiya. Osnovnye printsipy* [Media psychology. Basic principles]. Kharkiv: Gumanitarnyi tsentr, 2007. 288 p.
2. V'yugina D. M. Ot auditorii k mediapotrebiteľyu: transformatsiya kontseptsii audito-rii v mediaissledovaniyakh [From audience to media consumer: transforming the concept of audience in media research]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2017. Vol. 6, No 1. P. 119-127. doi: 10.17150/2308-6203.2017.6(1).119-127.
3. Gostev A. A. Psikhologicheskie aspekty izucheniya global'noi manipulyatsii [Psychological aspects of studying global manipulation]. *Psikhologicheskii zhurnal*. 2017. No 4. P. 17-28. doi: 10.7868/S020595921704002X.
4. Dolgov Yu. N., Kopovoi A. S., Malyuchenko, G. N., Smirnov V. M. *Razvitie kul'tury me-diapotrebieniya: sotsial'no-psikhologicheskii podkhod* [Development of a culture of media consumption: a socio-psychological approach]. Saratov: Saratov State University named after N.G. Chernyshevsky Publ., 2009. 208 p.
5. Dunaev D. V., Tolokonnikova A. V., Cherevko T. S. Aktual'nye kontseptual'nye podkhody k rassmotreniyu protsessa mediapotrebieniya onlain-novostei molodezh'yu [Actual conceptual approaches to considering the process of media consumption of online news by young people]. *Vestnik moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 2017. No 5. P. 30-50.
6. Erofeeva M.A. Plekhanov A.A. *Kul'tura potrebeniya mediainformatsii (uchebno-metodicheskoe posobie)* [Culture of media information consumption (educational and methodological guide)]. Moscow: Ekon-inform, 2011. 173 p.
7. Zhizhina M. V. Mediagramotnost' kak strategicheskaya tsel' mediaobrazovaniya: o krite-riyakh otsenki mediakompetentnosti [Media literacy as a strategic goal of media education: on the criteria for assessing media competence]. *Mediaobrazovanie*. 2016. No 4. P. 47-65.
8. Kolomiets V. P. Mediasreda i mediapotreblenie v sovremennom rossiiskom obshchestve [The media environment and media consumption in modern Russian society]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2010. No 1. P. 58-66.
9. Neklessa A. I. *Neopoznannaya kul'tura. Ch. 3. Globalizm i setevaya kul'tura. Gnosticheskie korni postsovremennosti* [Unidentified culture. Part 3. Globalism and network culture. Gnostic roots of postmodernity]. URL:<http://www.apn.ru/publications/article19295.htm> (accessed: 22.05.2020).
10. Smirnov V. M., Kopovoi A. S. Spetsifika negativnogo vozdeistviya sovremennykh in-formatsionnykh tekhnologii na lichnost' starsheklassnika v kontekste transformatsii kharaktera sotsial'nogo vzaimodeistviya [Specificity of the negative impact of modern information technologies on the personality of a high school student in the context of the transformation of the nature of social interaction]. *Penzenskii psikhologicheskii vestnik*. 2016. No 1 (6). P. 78-86. DOI: 10.17689/psy-2016.1.5.

11. Smirnov V. M., Malyuchenko G. N. *Psikhologicheskaya diagnostika i korrektsiya mediapotrebleniya: uchebno-metodicheskoe posobie* [Psychological diagnostics and correction of media consumption: educational and methodological guide]. Saratov: Nauka Publ., 2011. 91 p.

12. Fedorov A. V. *Razvitie mediakompetentnosti i kriticheskogo myshleniya studentov pedagogicheskogo vuza* [Development of media competence and critical thinking of students of a pedagogical university]. Moscow: MOO VPP YuNESKO "Informatsiya dlya vsekh" Publ., 2007. 616 p.

13. Shanin S. V., Zhukovskii V. P. *Podgotovka pedagoga k formirovaniyu kul'tury potrebleniya mediainformatsii* [Preparing a teacher for the formation of a culture of media consumption]. *Profil'naya shkola*. 2016. No 4. P. 52-55. doi: 10.12737/21511.

Maria A. Erofeeva. Doctor of Education, Professor. ORCID ID: 0000-0001-7176-513X. E-mail: erofeeva-ma72@yandex.ru

Sergey V. Shanin. Candidate of Pedagogical Sciences, assistant professor, Head of the Department of Professional Education. ORCID ID: 0000-0002-5778-9116. E-mail: doios@yandex.ru

Oksana V. Kopovaya. Candidate of Pedagogical Sciences, assistant professor, psychologist. ORCID ID: 0000-0003-2557-6770. E-mail: mkrass@yandex.ru