

Актуальность темы магистерского исследования обусловлена тем, что, несмотря на то, что термин «медиапотребление» прочно закрепился в различных областях гуманитарных наук, однако, он на протяжении почти пятидесяти лет выступает в качестве предмета психологических, педагогических и социологических исследований. Актуальность данной проблематики заключается в разнообразии эффектов, оказываемых стилями медиапотребления личности на ее психические процессы, черты характера и развитие личности в целом.

В последнее время в научном сообществе неуклонно нарастает интерес к исследованию социальных процессов сопутствующих становлению медиапространства, глобальных информационных сетей. Современная молодежь в небольших городах не обладает традицией осознанного медиапотребления, в силу отсутствия целенаправленного развития групповой и индивидуальной культуры производства и потребления различного рода медиапродукции.

Большая часть современных молодых людей - учащихся общеобразовательных и профессиональных учреждений - имеет весьма отдаленные и размытые представления о приемах критического анализа или систематизации накапливаемой информации, не обладает умениями и навыками, обеспечивающими эффективный самоконтроль в сфере потребления медиаинформации. При этом они сталкиваются с необходимостью освоения и переработки все большего количества информации, хранящейся на бумажных и электронных носителях в библиотеках, на интернет-сайтах и порталах. Все эти ресурсы содержат в различных объемах как полезную, так и бесполезную, а иногда и явно деструктивную, отвлекающую от учебной деятельности информацию.

Развитие культуры медиапотребления позволяет избежать тех негативных тенденций, которые возникают в процессе стихийного развития медиапространства и информационных технологий. Развивать культуру потребления медиаинформации необходимо целенаправленно, как и

психологическую культуру в целом, то есть путем реализации специальных образовательно-профилактических и коррекционно-развивающих программ.

Реализация конкретных задач по развитию культуры медиапотребления предполагает обязательность диагностики индивидуальных особенностей восприятия информации и последующее проведение с учащимися групповых занятий коррекционно-развивающей направленности.

Рассматривая формирование медиакультуры подростков в аспекте восприятия, понимания, интерпретации информации, поступающей по каналам массовой коммуникации, основ критического мышления и умения создавать собственные сообщения на языке медиа, мы получаем сферу формирования медиакультуры.

Необходимость разработки консультационных технологий в настоящее время является одной из актуальных проблем современной консультативной психологии. Использование возможностей психологического консультирования в сфере формирования медиакультуры учащихся старших классов общеобразовательных учреждений и первых курсов колледжей должно внести свой вклад в развитие и формирование таких социальных и мировоззренческих качеств, которые необходимы подрастающему поколению на данном этапе развития общества.

Анализ специфики медиакультуры и ее воздействия на социум в научной психологии стал использоваться сравнительно недавно и еще не вполне устоялся. Более того, и в отечественной, и в зарубежной психологической литературе такие термины, как «медиакультура», «медийная культура», «информационная культура», «аудиовизуальная культура», часто используются как синонимы, поскольку применяющие их авторы оперируют этими терминами для обозначения, по-существу, одного и того же явления. В то же время, несмотря на множество публикаций и довольно большое число исследователей (Ю.Б. Бабаева, О. Веннингер, Д. Лемиш, Н. Луман, Г.С. Мельников, В. Кагельман, П. Кобли и др.), психологический анализ проблем

медиакультуры еще не имеет достаточного методологического и эмпирического обоснования.

Анализ научных трудов по вопросам медиакультуры Н.Б.Кириловой, Н.А. Коноваловой, А.В. Федорова, И.В. Чельшевой и др. показывает, что влияние медиакультуры на человека имеет всесторонний характер. Она может диаметрально противоположно влиять на интеллект, эмоции, формировать мировоззрение, творческое и критическое мышление, эстетическое сознание, однако вопросы формирования и развития медиакультуры недостаточно разработаны.

Именно актуальность рассматриваемой проблемы и одновременно недостаточная ее разработанность, а также высокая востребованность формирования медийной культуры у молодёжи обусловили проведение данного исследования.

Цель магистерского исследования – раскрыть потенциал консультативной психологии как средства развития медиакультуры учащихся старших классов и студентов колледжей и определить условия его практической реализации.

Задачи магистерского исследования:

– уточнить понимание медиакультуры личности, раскрыть ее основные характеристики, структуру и содержание, изучить состояние проблемы ее формирования;

– определить возможности консультативной психологии в развитии медиакультуры учащихся старших классов общеобразовательных учреждений и первых курсов колледжей;

– выявить особенности медиакультуры учащихся старших классов общеобразовательных учреждений и первых курсов колледжей, определить критерии и показатели сформированности медиакультуры и обеспечить ее выявление диагностическими методиками;

– проверить в опытно-экспериментальной работе эффективность выделенных условий формирования медиакультуры у учащихся старших классов общеобразовательных учреждений и первых курсов колледжей.

Гипотеза исследования: применение консультационных технологий при формировании культуры медиапотребления учащихся старших классов общеобразовательных школ и первых курсов колледжей, позволяет повысить уровни развития способности к критическому анализу медиаинформации, разборчивости в выборе источников и содержания потребляемой информации.

Теоретической основой работы являются труды следующих авторов: вопросами формирования медийной культуры у молодежи методами консультативной психологии занимались Н.Б. Кириллова, Н.А. Коновалова, А.В.Федорова, Ю.Б. Бабаева, П.Кобли и др. авторы.

Методологической основой исследования является анализ и синтез имеющихся психологических программ формирования культуры медиапотребления у подростков и молодежи. Исследование базировалось на технологии развития медиакомпетентности, предложенной А.В. Федоровым, доказавший, что именно тренинговый формат, сочетающий интерактивность и интенсивность, различные методы обучения, позволяет сформировать культуру медиапотребления наиболее эффективно.

Объект исследования: консультативно-психологическая работа по формированию культуры медиапотребления у учащихся старших классов общеобразовательных учреждений и первых курсов колледжей.

Предмет исследования: процесс формирования культуры медиапотребления подростков в старших классах общеобразовательных школ и колледжей с помощью методов психологического консультирования.

Теоретическая значимость исследования состоит в описании психологических особенностей формирования медиакультуры молодежи, разработке критериев оценки уровня

Практическая значимость исследования состоит в том, что на основе полученных результатов можно оценивать уровень форсированности медиакультуры.

Обоснование достоверности полученных результатов. Надежность и достоверность полученных результатов обеспечивались исходными методологическими и теоретическими позициями, их соотношением с практическими результатами, адекватным подбором диагностических методов и статистической проверкой полученных результатов.

Научная новизна магистерской диссертации:

1. В работе проведен анализ основных принципов и методов психологического консультирования в контексте развития культуры медиапотребления учащихся старших классов и студентов колледжей.
2. Сформулированы выводы об имеющемся потенциале консультативной психологии в развитии медиакультуры молодежи.
3. Разработан тренинг по формированию медиакультуры у учащихся старших классов и студентов колледжа.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

Первая глава посвящена теоретическим аспектам развития культуры медиапотребления с помощью принципов и методов психологического консультирования, и состоит из двух параграфов, в которых раскрывается: понятие медиакультуры, медиакомпетенность и медиаграмотности, как составляющие медиакультуры, основные критерии и показатели сформированности медиакультуры, определен потенциал консультативной психологии в развитии медиакультуры молодежи.

Автором отмечается, что в настоящее время назрела необходимость формирования индивидуальных стратегий безопасного медиапотребления в подростковом возрасте. Развитие умений и навыков в области осознанного медиапотребления, знание элементарных правил критичного и эффективного отбора, использования медиаинформации будет способствовать сохранению

психического здоровья и адекватному личностному развитию подростка старшего возраста.

В практике психолога-консультанта имеются такие действенные инструменты формирования культуры медиапотребления, как психологические игры, групповые тренинги и проч. Именно поэтому одним из новых и в то же время важных направлений деятельности психолога-консультанта является комплексная работа по формированию культуры медиапотребления, включающая в себя диагностический инструментарий, комплекс консультативно-психологических мероприятий, комплекс мер по созданию условия развития технологий безопасного медиапотребления.

Анализ особенностей формирования культуры медиапотребления позволил сделать следующие выводы:

Во-первых, феномен медиакультуры понимается по-разному, как: совокупность информационно-коммуникативных средств, выработанных человечеством в ходе исторического развития; совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, исторически сложившаяся система их воспроизводства и функционирования в социуме. В рамках данного исследования мы используем дефиницию Г.Н. Малюченко, который сформулировал понятие медиапотребления, как поведение индивида, направленное на личностную самореализацию, и приобретающее формы интерактивного и творческого взаимодействия личности с информационным пространством. По нашему мнению, данное определение является комплексным и наиболее точно переопределяющим понятие.

Во-вторых, в рамках данного исследования опираясь на компоненты, предложенные О.И. Пугач, были выделены следующие компоненты медиаграмотности: ценностно-целевой, когнитивный, деятельностный, оценочно-коррекционный. Сформированность данных компонентов будет рассматриваться в трех уровнях: недопустимом, достаточном и оптимальном

В-третьих, современная молодежь является активными медиапотребителями и это необходимо для успешной реализации процесса обучения. Но в силу возраста, они не способны концентрировать свое внимание, на том, что реально важно для личного роста, направлять ресурсы на наиболее значимые сферы деятельности, не умеют воспринимать объективную картину социальной действительности.

В-четвертых, у психологического консультирования имеется большой потенциал в развитии медиакультуры молодежи. Медиаобразование является средством познания окружающего мира, инструментом получения знаний, способом самовыражения, реализации творческого потенциала.

В-пятых, одним из наиболее эффективных методов формирования медиакультуры является метод группового тренинга, разработанных на основе технологии развития медиакомпетентности, предложенной А.В.Федоровым.

Вторая глава была направлена на исследование способов формирования медиакультуры с помощью тренинга, как важнейшего метода психологического консультирования: разработана программа исследования, проведен анализ эмпирического исследования и выявлена динамика формирования уровня развития медиакультуры на основании деятельностного, когнитивного и ценностно-целевого показателей.

В исследовании приняло участие 145 человек, из них 88 девушек и 57 юношей в возрасте от 15 до 17 лет. Данная выборка объясняется тем, что в возрасте 15-17 лет в отечественной возрастной психологии принято относить к старшему подростковому возрасту (по Д.Б. Эльконину) или ранней юности (И.Ю. Кулагина).

Исследование состояло из трех этапов. На первом этапе были подобраны методики диагностики сформированности медиакультуры у молодежи старшего возраста. Для диагностики уровня сформированности деятельностного компонента была разработана авторская анкета. Диагностика деятельностного компонента показала, что недопустимый уровень имеют 40 респондентов (31%), 57 человек имеют «достаточный» (44,2%) и 32

респондента (24,8%) обладают оптимальным уровнем сформированности данного компонента медиакультуры.

Для определения когнитивных показателей сформированности медиакультуры, использовался опросник «Индивидуальный стиль медиапотребления» (Г.Н. Малюченко). С помощью данной методики выявили особенности медиапотребления респондентов.

Диагностика когнитивного компонента показала, что недопустимый уровень имеют 64% респондентов, 17,2 % имеют «достаточный» и 22,8% обладают оптимальным уровнем сформированности данного компонента медиакультуры. На основании данного опросника можно сделать следующее вывод, что среди респондентов преобладает недопустимый уровень сформированности когнитивного критерия медиакультуры

Для определения мотивационно-ценностного критерия был выбран опросник «Мотивационная структура информационной активности».

Диагностика ценностного-целевого компонента показала, что недопустимый уровень имеют 62% респондентов, 27% имеют «достаточный» и 11 % обладают оптимальным уровнем сформированности данного компонента медиакультуры. Преобладает недопустимый уровень сформированности ценностно-целевого критерия развития медиакультуры.

Далее, для экспериментальной группы (72 чел.) был разработан медиатренинг, целью которого стало развитие навыков критического мышления на основе развития медиакультуры.

Программа тренинга рассчитана на старших подростков в возрасте от 15 до 17 лет, и реализуется на базе центральной городской библиотеки МБУК «Централизованная библиотечная система Партизанского городского округа».

Задачи Медиатренинга:

1. формирование творческих и эстетических навыков: умение сочинять и рассказывать истории, иметь представление о построении сюжета и сравнивать личный опыт и чувства героя с собственными; выражать свои чувства словами, образами и музыкой с использованием медиа; умение

анализировать смысл медиасообщений и сопоставлять свои ценностные установки с представленными в медиа; выражение своей индивидуальности в процессе создания медиапродукта;

2. формирование интерактивных навыков: умение воспринимать различные точки зрения, представленные в медиа, участвовать в дискуссии, понимать и прислушиваться к чужой точки зрения; понимание и уважительное отношение к личному и публичным пространствам в медиа; навыки сотрудничества, организация общения с помощью медиа и участие в общей деятельности;

3. формирование навыков критического анализа: умение различать факты и вымыслы, рекламу и другие виды медиаконтента; знакомство с различными жанрами и нарративными приемами, понимания того, что медиа зависит от выбора авторов и заказчиков и может иметь различные трактовки; умение анализировать, оценивать и контролировать информацию, знакомство со структурой медиа, умение распознать, что находится под оболочкой медиаконтента; навыки определения цели и целевой аудитории, оценки степени надежности, точности, значения, нейтральности и открытости предоставляемой информации.

В процессе тренинга использованы следующие формы и методы работы:

– методы когнитивно-поведенческой терапии, ролевых игр, групповых дискуссий;

– видеоматериалы, которые размещаются на сервисе YouTube, используются для просмотра и обсуждения, озвучивания видеороликов или отдельных кадров; использование стоп-кадров для обсуждения той или иной сцены;

– использование различных средств наглядности: рисунки, фотографии, мультимедийные презентации;

– создание фотоколлажей, логико-смысловых схем позволяет проявить творческие способности и развить критическое мышление;

Тренинг представляет собой цикл встреч с группами подростков (в формате молодежного клуба) с периодичностью 1 раз в неделю в течение 5–6 встреч, с длительностью одного занятия – 1 академический час.

За время проведения медиатренинга молодежь на практике проработает с различными медиапродуктами и создаст собственный контент или проекты (видеоэскизы, блоги и проч.).

После апробации Медиатренинга по развитию навыков критического мышления на основе развития медиакультуры, была проведена вторичная диагностика респондентов. В ходе исследования выявлено положительное влияние медиатренинга именно на формирование когнитивного компонента медиакультуры, что объясняется тем, что в каждый блок входила теоретическая часть, имеющая лекционное составляющее, которая позже закреплялась с помощью интерактивных упражнений.

После апробации медиа тренинга, на третьем этапе исследования была проведена вторичная диагностика сформированности культуры медиапотребления. Вторичная диагностика показала положительную тенденцию: снизился уровень включенности в медиaprостранство, возрос уровень критического восприятия медиаинформации.

Можно констатировать, что тренинг на развитие критического мышления подростков старшего возраста является эффективным способом развития медиакультуры подростков старшего возраста.

Таким образом, в ходе проведенного исследования нами была подтверждена выдвинутая гипотеза «применение консультационных технологий при формировании культуры медиапотребления учащихся старших классов общеобразовательных школ и первых курсов колледжей, позволяет повысить уровни развития способности к критическому анализу медиаинформации, разборчивости в выборе источников и содержания потребляемой информации».

