

УДК 159.9

Н.Г. Воскресенская

кандидат психологических наук

*Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
Н.Новгород, Россия*

navoskr@mail.ru

С. А. Гапонова

доктор психологических наук

*Нижегородский государственный
педагогический университет им. К.Минина,*

г. Нижний Новгород, Россия

sagar@mail.ru

МЕДИАОРГАНИЗАЦИЯ ОБУЧАЮЩЕГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ

[Voskresenskaya, N.G., Gaponova, S.A.

Media organization of the learning process in the university]

This article describes the prospects of the media organization of educational process at the University. During the pilot study it has been revealed that active use of teaching exercises, creative workshops, discussions related to the analysis and discussion of media texts has a positive impact on the quality of its development and comprehensive development of the individual and personal qualities, creating a psychological background for future professional and personal success.

Key words: media, media competence, media education, media organization, media text.

Огромная роль медиа в жизни современного человека определила необходимость развития медиаобразования в мире [8, 13, 14, 16]. Психологические задачи, стоящие перед медиаобразованием, можно разделить на два крупных блока. Первый блок направлен на формирование способности к избирательному и рефлексивному восприятию массмедиа, знанию того, как массмедиа влияют на общество и человека с целью пресечения негативных медиаэффектов. Второй блок – формирование и развитие навыков использования медиаинформации для решения личных и профессиональных проблем, в том числе в преподавательской деятельности, где медиатексты способны стать эффективным ресурсом, помогающим повысить результативность образовательного процесса.

Медиатексты, под которыми мы понимаем печатные, аудио и/или визуальные материалы, предназначенные для массового пользователя информации, представляются нам эффективным ресурсом, помогающим организовать образовательный процесс. Эффективность медиаорганизации учебного процесса, под которой в дальнейшем мы будем понимать активное включение медиатекстов в материально-техническое обеспечение учебной дисциплины, определяется следующим [5, 7]:

- С помощью медиатекстов можно создавать профессиональные ситуации «подобные реальному миру» будущего специалиста в самых разных направлениях деятельности, контролируя при этом все экспериментальные составляющие этих ситуаций;
- Обучающая среда с использованием медиатекстов программируется, позволяя пластично менять параметры объектов и происходящих с ними событий в зависимости от преподавательских задач;
- Имеется возможность полной регистрации поведенческих реакций с помощью специально подобранных экспериментатором тестов;
- Медиатексты предоставляют одновременно яркие зрительные и слуховые образы, усиливая силу информационного воздействия.
- Анализируя свое отношение и отношение своих коллег-студентов к медиатекстам через призму психологических закономерностей, обучающиеся на практике получают представления о специфике их психологического воздействия на человека;
- Сравнение сгруппированных по тематическим блокам медиатекстов между собой, сопоставление их, раскрытие их тождества и различия, позволяют на более глубоком уровне усваивать полученный материал, формируют критическое отношение к получаемой информации;
- Работа с медиатекстами, в силу их неопределенности и потенциальной многовариантностью смыслов, способствует развитию у обучающихся творческого подхода к решению поставленных задач;
- В процессе работы с медиатекстами, самоконтроля и контроля правильности в решении поставленных задач у студентов развивается способность к рефлексивному рассмотрению собственных действий, что помогает осознанию необходимости саморазвития и стимулирует познавательную мотивацию;

- Анализ особенностей позитивного и негативного воздействия медиатекстов, как на общество в целом, так и на индивидов, предоставляет возможность осознать свое отношение к нравственно-этическим проблемам, связанным с функционированием СМИ в обществе.

Целью исследования является апробация программы использования медиатекстов при организации обучающего процесса в вузе. Задачи:

1. Провести экспериментальное исследование перспективности медиаорганизации обучающего процесса на примере лекционного курса «Психология массовых коммуникаций»;
2. Оценить эффективность использования медиатекстов в учебном процессе, исследуя динамику развития индивидуально-личностных качеств студентов, их познавательную и творческую активность.

Гипотеза исследования:

Медиаорганизация обучающего процесса окажет позитивное влияние, как на глубину освоения учебного материала, так и на комплекс индивидуально-личностных особенностей студентов, включающих в себя креативность, ценности гуманистического характера, адекватную самооценку себя, как будущего профессионала, коммуникативные и организаторские способности.

На основе теоретического моделирования психолого-педагогических условий был разработан формирующий эксперимент, где при медиаорганизации обучающего процесса мы опирались на следующие постулаты, сформулированные на основе теоретико-эмпирического анализа психолого-педагогической литературы:

1. При формировании профессиональной компетентности студентов предоставляемые для анализа медиатексты должны являться логически вытекающими иллюстрациями лекционного материала, призванными включить студентов в активную проработку рассматриваемой темы и сформировать предпосылки для принятия нового материала, важного для становления будущего профессионала [1, 3, 4].
2. Для развития креативности студентов в медиаорганизации необходимо опираться на следующие принципы: отсутствие образцов регламентированного поведения; наличие позитивного образца творческого поведения; создание условий для подражания творческому поведению и

блокированию проявлений агрессивного и деструктивного поведения; социальное подкрепление творческого поведения [9, 12].

3. Использовать медиатексты в качестве темы для дискуссий, направленных на развитие способности к избирательному и рефлексивному восприятию массмедиа и стимулированию студентов при формировании собственной позиции учитывать новые, ранее не рассматриваемые ими аспекты исследуемых явлений нравственного толка [2, 6, 17].
4. Интерактивная работа с медиатекстами должна способствовать развитию умений руководствоваться в своей работе четким алгоритмом, распределять роли в команде, соблюдать временные рамки и заданные условия, а также формированию навыков конструктивной критики [10, 11].

Выборка. Исследование проводилось на базе факультета международных отношений Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского среди студентов 4-5 курса, специализирующихся в области связей с общественностью и рекламе. В нем приняли участие 132 студента. Из них в контрольную группу (КГ) вошли 81 студент 5 курса (62 девушки и 19 юношей), экспериментальную группу (ЭГ) составили 51 студент 4 курса (37 девушек и 14 юношей).

Контроль динамики профессионально-личностного развития студентов обеих групп осуществлялся с помощью психодиагностического инструментария и контроля качества освоения учебного материала: опросник «Якоря карьеры» Э.Шейна (Edgar H. Schein), методика Шварца (Schwartz S.H.) для изучения ценностей личности; диагностика вербальной креативности (адаптация теста С.Медника (Mednich S.A.) А.Н.Ворониным и Т.В.Галкиным); диагностика невербальной креативности (краткий вариант теста Торренса (Torrance E.P.); диагностика коммуникативных и организаторских склонностей (КОС-2); авторский опросник на выявление особенностей представлений студентов о профессионально важных качествах и самооценке уровня их развития.

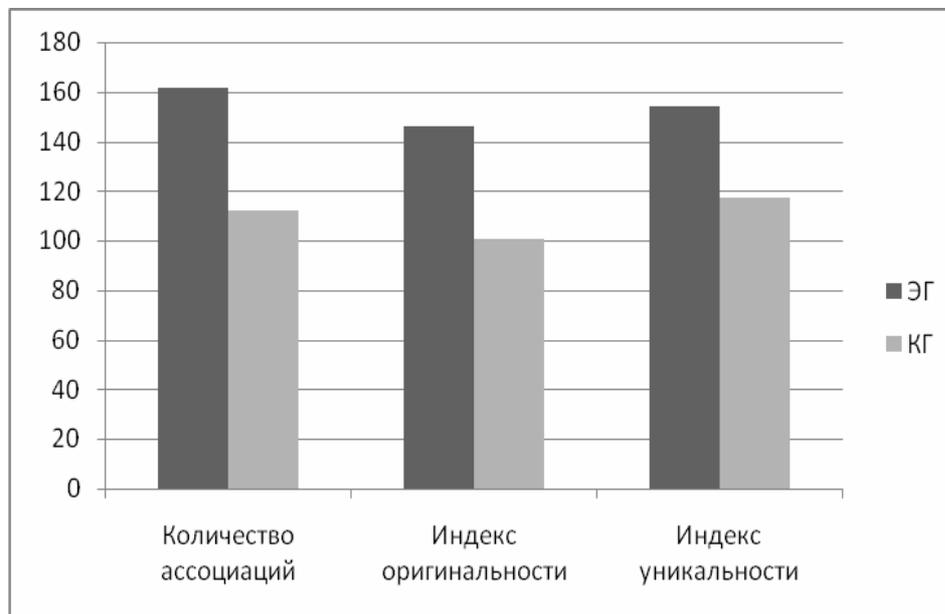
Статистическая обработка данных эмпирического исследования проводилась с использованием следующих статистических операций: расчет элементарных статистик; t-критерий Стьюдента; U-критерий Манна-Уитни. С целью обработки и анализа данных использовались интегративные пакеты VS Excel, SPSS 11.5 for Windows.

Программа использования медиатекстов в обучающем процессе оказала благоприятное воздействие на процесс формирования комплекса индивидуально-личностных качеств, являющихся профессионально важными в будущей деятельности студентов. Общий анализ по всем исследуемым показателям, проводимый с помощью критерия углового преобразования Фишера, выявил статистически значимые различия ($p < 0,01$) по позитивным сдвигам между контрольной и экспериментальной группами.

Использование в организации учебного процесса медиатекстов для иллюстрации и проработке на более глубоком уровне лекционного материала вызвал позитивные изменения в самооценке студентов ЭГ относительно степени сформированности у них профессионально важных качеств (ПВК) ($p < 0,05$). Если в начале учебного курса у 56,9% студентов средние оценки ПВК лежали в пределах от 3 до 5 баллов, то в конце курса - уже у 80,4%.

Медиатексты оказали сильное влияние на творческую активность студентов. При выполнении индивидуальных заданий студенты ЭГ по сравнению с КГ давали более развернутые характеристики медиатекстов, вносили свои предложения по улучшению процедуры анализа, предлагали собственные концепции медиатекстов ($p < 0,01$ по U-критерию Манна-Уитни). Также у студентов ЭГ было выявлено значительное превышение значений по показателям вербальной креативности по сравнению со студентами контрольной группы ($p < 0,001$ по U-критерию). В процессе прохождения учебного курса у студентов ЭГ произошел статистически значимый рост по показателям вербальной креативности ($p < 0,001$ по t-критерию для зависимых выборок) (рис.1). Так, по количеству ассоциаций средние значения экспериментальной группы увеличились по сравнению с результатами констатирующего эксперимента на 61%, против прироста в 12% у контрольной группы. Прирост по индексам оригинальности и уникальности у ЭГ составили соответственно 46% и 54%, тогда как у контрольной группы – 1% и 17%.

**Прирост средних значений по вербальной креативности
после прохождения курса «Психология массовой коммуникация»
(в % по сравнению со средними значениями
констатирующего эксперимента)**

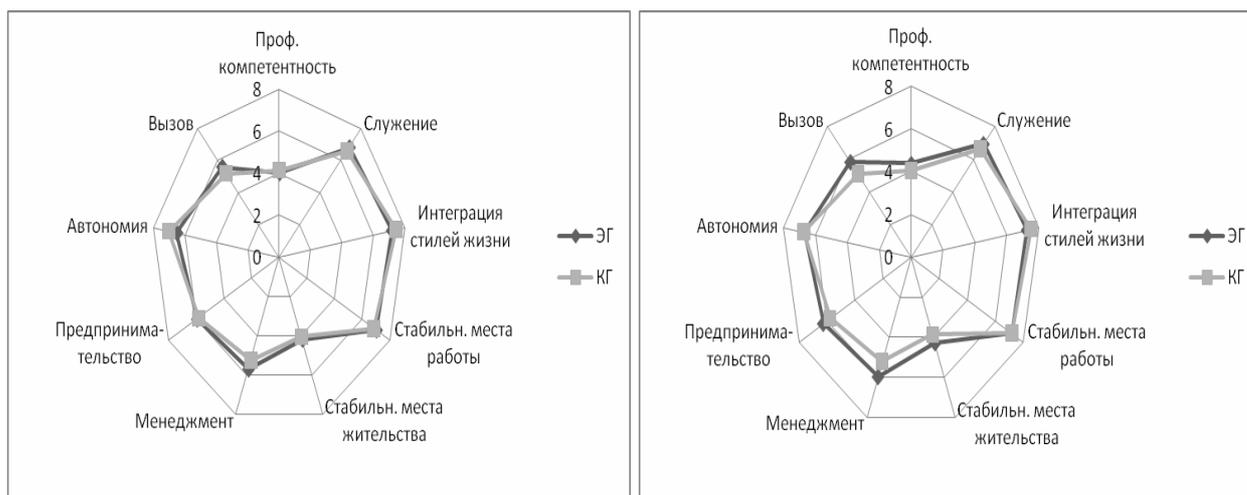


Организация вокруг медиатекстов нравственно-ориентированных дискуссий выявила определенные изменения в структуре ценностей у экспериментальной группы. Повысилась значимость таких личностных качества, как стремление к интеграции усилий других людей ($p < 0,05$ по t-критерию для зависимых выборок), открытость чужой точке ($p < 0,05$), самостоятельность ($p < 0,05$), верность своей группе ($p < 0,05$). Работа по осознанию особенностей позитивного и негативного массово-коммуникативного воздействия, как на общество в целом, так и на индивидов, повлияла на изменение отношения студентов к нравственным ценностям в профессиональной деятельности, проявившись в тенденции к преодолению значительного перевеса индивидуалистской ориентации в пользу большей ориентированности на других людей. В процессе групповых обсуждений неоднократно был отмечен феномен «немгновенного инсайта», когда студенты с новой точки зрения начинали рассматривать нравственные проблемы. Обсуждение вопросов, связанных с социальной ответственностью массмедиа, их влиянием на окружающий мир, общество и индивида, заставляло студентов задуматься о выборе собственных личностно-ценностных ориентиров в жизни.

Организация индивидуальной и групповой работы студентов с медиатекстами, когда решения должны были приниматься в заданные сроки, с соблюдением определенных критериев и следуя четким алгоритмам позитивно повлияло на показатели по карьерным ориентациям и организационные склонности студентов ЭГ, статистически значимо обозначив различия по сравнению с КГ ($p < 0,05$) (рис.2). Так, повысилась значимость профессиональной компетенции, проявляющаяся в стремлении к решению трудных задач и преодолению препятствий ($p < 0,05$), обозначилась ориентация на интеграцию усилий других людей для решения поставленных задач (ценность «Менеджмент») ($p < 0,05$), обнаружилась тенденция к увеличению средних показателей по карьерной ориентации «Вызов» с 5,59 до 5,81, в основе которой лежит конкуренция, победа над другими, решение трудных задач.

Рисунок 2

**Распределение средних значений типов карьерных ориентаций
в экспериментальной и контрольной группах
в начале и в конце прохождения учебного курса**



Результаты исследования позволяют говорить об эффективности использования медиатекстов в развивающем обучении студентов. Активная работа с медиатекстами способствует более глубокой проработке учебного материала, оказывает воздействие на комплекс индивидуально-личностных особенностей, способствующий будущей профессиональной успешности. В образной форме раскрывая особенности будущей профессиональной деятельности, медиатексты влияют на осознание студентами необходимости овладения в рамках курса знаниями и навыками, необходимыми в будущей профессиональной деятельности. Полисемия смыслов, заложенная в медиаобразах, от-

сутствие при их интерпретации однозначно правильных ответов оказывает позитивное воздействие на развитие вербальной креативности и стимулирует творческую активность. Если индивидуальная работа с медиатекстами нацеливала студентов на самостоятельное решение поставленных задач, способствуя формированию личностной ответственности за конечный результат, то работа с медиатекстами в микрогруппах благотворно влияла на развитие организаторских и коммуникативных склонностей; на осознании особенностей позитивного и негативного медиавоздействия на общество и человека; на формирование собственных личностно-ценностных ориентиров.

Таким образом, медиаорганизация учебного процесса позволяет оптимизировать процесс освоения студентами учебных дисциплин и оказывать позитивное воздействие на комплексное развитие индивидуально-личностных качеств, создающих психологические предпосылки для будущей профессионально-личностной успешности.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Азарова Л.В., Почекаев Р.Ю.* Тенденции развития PR-деятельности в России и новые подходы к подготовке специалистов в сфере коммуникаций // Известия ЛЭТИ. 2008. № 1.
2. *Брушлинский А.В., Темнова Л.В.* Интеллектуальный потенциал личности и решение нравственных задач // Психология личности в условиях социальных изменений. М., 1993.
3. *Бурмакова, Ю.А.* Индивидуально-личностные предпосылки профессионального развития специалистов в рекламном деле: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2007.
4. *Вильданова Ф.З.* Образовательное пространство как источник саморазвития личности // Прикладная психология. 2002. № 5-6.
5. *Войскунский А.Е.* О применении систем виртуальной реальности в психологии // Вестник Московского университета. 2008. Сер. 14. Психология. № 1.
6. *Воловикова М.И.* Представления русских о нравственном идеале. М., 2004.

7. *Воскресенская Н.Г.* Формирование профессионально-личностных качеств студентов, будущих специалистов в сфере массовых коммуникаций: Автореф. дис...канд. психол.н. по спец. Н. Новгород, 2012.
8. *Гапонова С.А., Воскресенская Н.Г.* Медиакомпетентность как профессионально важное качество специалистов по связям с общественностью и рекламе // Мир образования – образование в мире. М., 2013. № 2.
9. *Гнатко Н.М.* Проблема креативности и явление подражания. М., 1993.
10. *Гумерова Л.З.* Активизация познавательной деятельности учащихся средствами интерактивной технологии обучения // Технологии совершенствования подготовки кадров: теория и практика: межвузовский сборник научных трудов. Казань, 2010. Вып. 14.
11. *Добрынина Т.Н.* Педагогические условия применения интерактивных форм обучения в педагогическом вузе: автореф. дис. ... канд. педаг. наук. Новосибирск, 2003.
12. *Дружинин В.Н.* Психология общих способностей. СПб., 2008.
13. *Федоров А.В.* Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов, 2002.
14. *Щербакова Е.В.* Media-приемы: понятия, специфика, результативность // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 1.
15. *Dorr A.* Media Literacy. In: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B. Baltes. Oxford, 2001.
16. *McCoombs M.E., Shaw D.L.* The agenda setting function of mass media. Public Opinion Quarterly 36, 1993.
17. *Tapp J.* Legal socialization across age, culture and context: psychological and legal justice systems. N.J., 1987.

REFERENCES

1. *Azarov L. V., Pochekuev R.Y.* Trends in the development of PR activities in Russia and new approaches to the training of specialists in the field of communications // Izvestiya LETI. 2008. № 1.
2. *Brushlinsky A.V., Temnova L. V.* Intellectual potential of the individual and the solution of moral problems // Hersonality Psychology in terms of social change. М., 1993.

3. *Burmakova J.A.* Personal background and professional development of specialists in advertising: Avtoref. dis. ...candidate. psychol. Sciences. M., 2007.
4. *Villanova F.Z.* Educational space as a source of self-development // Journal of Applied psychology. 2002, No. 5-6.
5. *Voiskounsky A.E.* On the application of virtual reality in psychology // Bulletin of Moscow University. 2008. Ser. 14. Psychology, No. 1
6. *Volovikov M.I.* Representation of Russians about the moral ideal. M., 2004.
7. *Voskresenskaya N. G.* Formation of professional and personal qualities of students, future specialists in the sphere of mass communications. Thesis. N. Novgorod, 2012.
8. *Gaponov S.A., Voskresenskaya N.G.* Media competence as a professionally important quality of specialists on public relations and advertising // "The World of education – education in the world." Moscow. 2013. No. 2.
9. *Gnatko N.M.* The problem of creativity and the phenomenon of imitation. M, 1993.
10. *Gumerov L.Z.* Activation of cognitive activity of students by means of interactive learning technology // Technology improvement training: theory and practice: interuniversity collection of scientific papers. Kazan, 2010. Vol. 14.
11. *Dobrynin T.N.* Pedagogical conditions of the use of interactive forms of learning in a pedagogical University: author. thesis. Novosibirsk, 2003.
12. *Druzhinin V.N.* Psychology of General abilities. SPb., 2008.
13. *Fedorov A.V.* media education: history, theory and methodology. Rostov, 2002.
14. *Shcherbakova E.V.* Media-techniques: concepts, specificity, effectiveness // Humanities and social Sciences. 2014. № 1.
15. *Dorr A.* Media Literacy. In: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. Oxford, 2001.
16. *McCombs M.E., Shaw D.L.* The agenda setting function of mass media. Public Opinion Quarterly 36, 1993.
17. *Tapp J.* Legal socialization across age, culture and context: psychological and legal justice systems. N.J., 1987.

28 октября 2015 г.