

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ национальный исследовательский  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра Консультативной психологии  
наименование кафедры

Применение консультативного подхода к развитию культуры

---

наименование темы выпускной квалификационной работы полужирным  
шрифтом

---

медиапотребления учащихся старших классов и студентов колледжа

---

АВТОРЕФЕРАТ выпускной квалификационной работы магистра

студента (ки) 3 курса 301 группы

направления  
(специальности)

37.04.01 «Психология»

код и наименование направления  
(специальности)

факультета психологии

---

наименование факультета, института, колледжа

Дарбаевой Елена Александровны

фамилия, имя, отчество

---

Научный руководитель  
(руководитель)

Кандидат пед.наук, доцент  
должность, уч. степень, уч.  
звание

подпись, дата

Е.Г. Евдокимова  
инициалы, фамилия

Профессор, доцент

должность, уч. степень, уч.  
звание

Зав. кафедрой

подпись, дата

С.В. Фролова

инициалы, фамилия

Саратов, 2022

*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».

