

Media-Competence as Precondition of the Students' Intercultural Competence Formation of the Danube Region

Anastasia Hrekova¹

Abstract: The unity of Europe, including countries of the Danube region, takes into account a variety of national cultures. One of the priority tasks of European society development is the mutual enrichment of intellectual values and at the same time national identity preservation. The article deals with the role of media-education of the effective cooperation development of ethnic cultures. Media literacy is analyzed as a precondition for the formation of intercultural competence of student youth from the Lower Danube Region. The mechanisms of adequate perception formation of cultural differences through the students' media-competence education of the Danube region are under analysis.

Keywords: media literacy; media competence; ethnoculture

Медиапедагогика в структуре современного научного знания приобретает всё большее значение с усилением влияния медиа и глобализацией мира. Глобализацию можно рассматривать как процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции на основе новых информационно-коммуникационных технологий.

Медиа, с одной стороны, наиболее подвержены глобализации, выступают её маркерами (так, на экранах телевизоров транслируются однотипные шоу на разных языках, на страницах журналов размещена одинаковая реклама), с другой стороны, СМИ являются двигателями глобализации, способствуют процессам унификации. В связи с этим нивелируется национальная, региональная специфика культуры.

Нации/народности, бывшие до недавнего времени сравнительно замкнутыми информационными организмами, отгороженными от соседей государственными, политическими, языковыми, культурными, идеологическими, технико-коммуникативными и другими барьерами, стали более открытыми (Rubtsova, p. 118).

Разнообразие медиа, как печатных, так и электронных, заполняет информационное пространство личности, формирует вокруг человека своеобразный кокон из сведений. Учёные подсчитали, что за неделю современный человек получает столько информации, сколько доводилось узнать жителю эпохи средневековья за всю жизнь.

¹ Graduate Student, Izmail State Liberal Arts University, Department of History of Ukraine, Address: 12, Repin St., Izmail, Ukraine, Tel.: +38048 417 27 50, Corresponding author: nv_idgu@ukr.net.

С одной стороны, в увеличении источников информации ничего плохого нет. Получение сведений когда угодно и где угодно даёт возможность почувствовать свободу, несколькими нажатиями кнопок стирать границы между известным и неизведанным. С другой стороны, эти же источники информации ограничивают познавательную систему человека, навязывая своё мнение, выборочно преподнося факты, однобоко освещая события. СМИ дают уже готовые выводы, которые остаётся только воспринять реципиенту. Так формируется масса медиапотребителей, поощряется пассивность в процессе усвоения информации. В связи с этим актуальными становятся вопросы, связанные с формированием системы-противовеса, технологии, которая пробуждает активную мыслительную деятельность по оценке и критическому анализу контента.

Такой системой и выступает медиаобразование. Известный исследователь вопросов медиапедагогики А. Фёдоров даёт следующее определение медиаобразования: «Медиаобразование (media education) – процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» (Sergeev, p. 26).

Результатом этого процесса является медиаграмотность как способность интерпретации и анализа медиатекстов. Медиаграмотность направлена на то, чтобы создать не пассивно воспринимающего получателя информации, а развивать активное начало в трансформации медиареальности. Критический анализ получаемых извне сведений обеспечивает адекватную оценку мира в многообразии политической, экономической, религиозной и культурной жизни общества. Медиаграмотность может рассматриваться и как предпосылка формирования межкультурной компетентности.

Вопросы медиаграмотности разрабатывали как зарубежные (К. Ворсноп, А. Харт, Л. Мастерман, М. Маклюен, А. Фёдоров, Н. Чичерина), так и отечественные ученые (А. Онкович, Л. Найдёнова, Е. Боришполець Г. Почепцов). Во многих исследованиях межкультурная компетентность рассматривается в лингвистическом аспекте (В. Сафронова, В. Фурманова, В. Елизарова, В. Апальков, А. Муратов.). Однако рассмотрение медиаграмотности как предпосылки формирования межкультурной компетентности представляется малоизученной областью медиапедагогики.

В этом заключается актуальность выбранной темы статьи. Объектом изучения является студенческая среда Придунавья. Предметом – медиаграмотность как предпосылка формирования межкультурной компетентности студенческой молодёжи Придунавья. Понятие «межкультурная компетентность» стало активно изучаться зарубежными исследователями в 70-хх гг. прошлого века, когда актуальными стали вопросы межкультурной коммуникации. Межкультурная компетентность представляет собой совокупность знаний, навыков и умений, при помощи которых индивид может успешно общаться с партнерами из других культур, как на бытовом, так и на профессиональном уровнях. Медиакомпетентность даёт возможность понять человеку с кем, когда и как общаться. Необходимо учитывать особенности культуры представителей других национальностей. При восприятии

иных этнокультурных ценностей человек руководствуется собственным накопленным опытом, а также сформированными внутри этноса стереотипами, которые как фильтры пропускают лишь то, что вписывается в приемлемые представителю определённой культуры понятия.

Этнокультурные стереотипы жестко «встроены» в нашу систему ценностей, являются ее составной частью и обеспечивают своеобразную защиту наших позиций в обществе и по этой причине оказываются задействованными в каждой межкультурной ситуации (Ivanov & Ivanova, 2013, p. 160).

Следует отметить, что любой медиапродукт касается той или иной стороны культуры – материальных или духовных ценностей. Однако интерпретировать могут их по-разному, руководствуясь различными мотивами – экономическими, политическими, организационными, техническими и др. СМИ способны манипулировать аудиторией. Медиаграмотность студента заключается в способности оказывать сопротивление манипуляциям. Украинские исследователи В. Иванов и Т. Иванова отмечают, что медиаграмотность может давать такие возможности студентам: «развивать способность, знания и отношения, которые необходимы для анализа способов, при помощи которых медиа активно конструируют реальность; получать знания социального, культурного, политического и экономического значения этих конструкций и ценностей, которые они распространяют; развивать уровень оценки и эстетического восприятия медиатекстов; декодировать медиатексты, чтобы распознать и оценить культурные ценности, практическую значимость, идеи, которые содержатся в них...» (Fedorov, 2007, p. 37).

Формирование медиаграмотности студенческой молодежи особенно важно в условиях демократизации общества, свободного доступа к информации. Студенчество как носитель прогрессивных взглядов и самая активная часть социума должно противостоять ценностям массовой культуры, которые так методично насаждают СМИ.

Медиаландшафт Придунайского края – региона, занимающего современные девять районов Одесской области (Арцизский, Белгород-Днестровский, Болградский, Измаильский, Килийский, Ренийский, Саратский, Тарутинский, Татарбунарский) – представлен как печатными (газеты, журналы), так и аудиовизуальными (радио, телевидение) средствами массовой информации. Система телевидения наиболее разветвлена: зрителям доступны региональные, национальные и зарубежные каналы. Следует отметить и особо значимую роль Интернета в формировании медиаландшафта студенческой молодежи.

Придунайский край – уникальный пример взаимодействия различных культур. Здесь проживают представители более ста национальностей. В таких условиях толерантное отношение к представителям инонациональной культуры выдвигается на первый план. Задача медиапедагогики – сохранить этот баланс, формировать медиакомпетентность, которая включает отсеивание искажённых фактов о традициях, культуре, религии представителей разных этносов.

Британский медиапедагог Дэвид Букингэм, говорил, что эпоха «информационного общества» привела к «появлению новой парадигмы медиаобразования». Медиаобразование теперь не является оппозицией по отношению к системе

восприятия школьной/студенческой аудитории. Оно не начинается с представлений о том, что медиа обязательно и неизбежно вредны или что молодые люди – просто пассивные жертвы влияния медиа. Напротив, медиаобразование все больше ставит в центр личность учащегося и начинается с опоры на существующие у него медийные знания и опыт, а не учебные требования преподавателей. Медиаобразование не стремится ограждать молодых людей от влияния медиа и, таким образом, вести их к «лучшим образцам», но дает возможность учащимся принимать обоснованные решения относительно их собственной «защиты». Медиаобразование видится не формой защиты, но формой подготовки» (Fedorov, 2010).

Формирование медиаграмотности студентов как предпосылка межкультурной компетентности представляется эффективным с привлечением студентов к созданию собственного медиапродукта. Познавая процесс создания контента СМИ, студенты изучают механизмы, с помощью которых зашифровываются факты. Такие навыки дают возможность декодировать реальность и становиться грамотным потребителем информации. Таким образом, изучение роли медиа в поликультурном социуме приобретает всё большую актуальность и требует основательного изучения.

References

Fedorov, A. V. (2007). *Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / The development of media competence and critical thinking of students of pedagogical high school*. Moscow. ICOS UNESCO «Information for All».

Fedorov, A. V. (2010). *Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. / Glossary of media education, media education, media literacy, media competence*. Taganrog: Publishing House of Taganrog State Pedagogical Institute.

Ivanov, V. F. & Ivanova, T. V. (2013). Медіаосвіта і медіаграмотність як актуальні тенденції виховання сучасної молоді / Media Education and media literacy as current trends of education of today's youth. *Збірник статей методологічного семінару «Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив» / The collection of articles of the methodological seminar «Media education in Ukraine: scientific reflection challenges, practices, perspectives»*. Kyiv. National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Institute of Social and Political Psychology, pp. 25-44.

Rubtsova, O. V. *Развитие национальных традиций и гражданской ответственности детей и молодежи средствами медиатекста социальной рекламы / The development of national traditions and the civil responsibility of children and youth by means of social media text ads*. Web page. Retrieved from <http://mic.org.ru/7-nomer-2013/256-razvitie-natsionalnykh-traditsij-i-grazhdanskoj-otvetstvennosti-detej-i-molodezhi-sredstvami-mediateksta-sotsialnoj-reklamy>.

Sadochin, A. P. (2008). Межкультурная компетенция и компетентность в современной коммуникации: (Опыт системного анализа) / Intercultural competence and expertise in modern communications: (Previous System Analysis). *Общественные науки и современность/Social Sciences and Modernity*. № 3, pp. 156-166.

Sergeev, E. Yu. *Средства массовой коммуникации в условиях глобализации/Mass media in the context of globalization*. Web page. Retrieved from <http://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-kommunikatsii-v-usloviyah-globalizatsii>.