

А.А. Новикова, кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков Таганрогского института управления и экономики

ТЕХНОЛОГИЯ ВЕБ-КВЕСТОВ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ УЧАЩИХСЯ

В настоящее время уже существует поколение школьников и студентов, для которых более привычным является восприятие аудиовизуальной информации, нежели печатной. Недаром в англоязычной литературе его называют Generation Dot Com. И приходится признать, что эту ситуацию нельзя повернуть вспять: телевидение, видео, компьютер, Интернет и другие телекоммуникационные сети неумолимо изменяют аудиторию, постепенно превращая «читателей» в большей мере в «зрителей». Знание того, как функционируют медиа, как мы взаимодействуем с ними и как можем использовать их с максимальной пользой (Worsnop, 1994) становится необходимым компонентом грамотности современного человека. Научить новое поколение «читать» аудиовизуальный текст так же, как и печатный, познакомить с закономерностями и особенностями того или иного средства массовой информации, языком того или иного жанра, другими словами, помочь учащимся стать медиаграмотными – задача как современных родителей, так и преподавателей.

К сожалению, старшеклассники и студенты часто используют информационные Интернет-ресурсы лишь в «корыстных целях» – копируя готовые рефераты, например. Такая деятельность, естественно, не будет способствовать развитию личности. Пассивное восприятие любой информации может привести к потребительскому отношению к ее источникам, плагиату текстов, работ, идей, в конечном итоге – к стереотипному мышлению и искаженному мировоззрению. Соответственно, цель личностно-ориентированного, развивающего медиаобразования – помочь студентам и школьникам развить свое творческое и критическое мышление. Как подчеркивает Е.С. Полат, для развития нравственной, творческой, самостоятельно мыслящей личности необходимо не только значительно больший объем сведений, чем тот, который могут предоставить учитель, учебник и учебные пособия, а большая вариативность информации, отражающая различные точки зрения, разные подходы к решению одних и тех же проблем.

Использование Интернет-ресурсов в этом смысле может служить базой для тренировки и развития навыков анализа, синтеза и оценки информации, расширения пределов критического мышления студентов. Такие практические упражнения, как идентификация основной мысли, идеи, причинно-следственной связи, распознавание главной и второстепенной информации, цели и мотивации автора, сравнение, сопоставление различных источников и точек зрения на одну проблему, различие между фактом и субъективным мнением могут стимулировать аналитические способности обучаемых. Подведение

итогах, предположение последствий, обобщения тренируют навык синтеза информации. Безусловно, должное внимание нужно уделить обсуждению ее качества, релевантности и достоверности, т.е. умение оценить Интернет-ресурс, а именно ответить на вопросы:

– кто автор данного сайта? (частное лицо, государственная организация, фирма и т.д.);

– с какой целью он был создан? (объяснить, информировать, убедить в чем-либо, и т.п.);

– используются ли авторами приемы убеждения, пропаганды?;

– насколько достоверны факты, представленные на сайте, и как мы можем судить об этом (есть ли библиография, ссылки и т.п.)?

Используя проектный метод, проблемные задания, мы сможем расширить представления учащихся об Интернете, раскрыть обучающий потенциал «всемирной паутины» как средства для дальнейшего непрерывного самообразования.

Одним из методов работы с Интернет-источниками является Веб-квест (от англ. Quest – поиск, приключение). Концепция веб-квестов была разработана в США в университете Сан-Диего в середине 90-х годов профессорами Берни Додж и Томом Марч. На портале веб-квестов университета Сан-Диего (<http://webquest.org>) размещены методические рекомендации, многочисленные примеры и шаблоны, помогающие преподавателям самостоятельно создать веб-квест. Быстрыми темпами новая технология завоевала популярность среди как американских, так и европейских педагогов, а с конца 90-х годов стала распространяться и в России. Благодаря Программе межшкольных связей по Интернет, проводившейся в 1998-99 годах, несколько российских школ из Иркутска, Ангарска, Перми разработали оригинальные веб-квесты по химии, экологии, физике и другим предметам и разместили их на сайте <http://school-sector.relarn.ru>. Однако русскоязычные веб-квесты для студентов высших учебных заведений не так легко найти, по крайней мере, хорошо известные поисковые системы не дают данных о наличии таких сайтов.

Веб-квест представляет собой образовательный сайт, посвященный самостоятельной исследовательской работе учащихся

(обычно в группах) по определенной теме с гиперссылками на различные веб-странички Интернет. Структура веб-квеста состоит из нескольких обязательных разделов:

– введение (в нем сформулирована тема проекта, обоснована его ценность);

– задание (цель, условия, проблема и ее оптимальное решение);

– процесс (поэтапное описание процесса работы, распределение ролей, обязанностей каждого участника, ссылки на Интернет-ресурсы, конечный продукт);

– оценка (может включать как шкалу для самооценки и оценки работы товарищей по группе, так и описание критериев оценки преподавателем);

– заключение (обобщение результатов, подведение итогов: чему научились, какие навыки приобрели; возможны риторические вопросы или вопросы, мотивирующие дальнейшее исследование тематики).

После презентации результатов в классе проекты могут быть размещены в Интернет для ознакомления других учащихся.

Ключевым разделом любого веб-квеста является подробная шкала критериев оценки, опираясь на которую, участники проекта оценивают самих себя, товарищей по команде, этими же критериями пользуется и учитель. Например, если для презентации результатов исследования была выбрана устная форма, то критерии будут включать жесты, грамматику и произношение, организацию речи. Если же была использована презентация в Power Point, то учитываются еще и эстетическое оформление, техническое исполнение. Затем по каждому критерию составляются дескрипторы соответствия от наилучшего примера исполнения до наихудшего, выраженные в баллах. Таким образом, вместо традиционной оценки и устного комментария, такого, как «Ну что же, неплохо», «Молодцы!», «Отлично справились с заданием, садитесь», студенты получают более адекватную оценку – объективный анализ их усилий.

В процессе работы учащиеся не получают неких «готовых» знаний, упрощенных и клишированных формул, а сами вовлечены в поисковую деятельность. Естественно, что любой веб-квест не должен быть изолирован

от учебного процесса в целом, он нуждается в непосредственной связи с предыдущей и последующей познавательной деятельности студентов (March, 1998). Согласно критериям оценки качества, разработанным Томом Марчем, хороший образовательный квест должен иметь интригующее введение, четко сформулированное задание, которое провоцирует мышление высшего порядка, распределение ролей, обеспечивающее разные точки зрения на проблему, обоснованное использование Интернет-источников. Лучшие примеры веб-квестов демонстрируют связь с реальной жизнью, их заключение непосредственно связано с введением, суммирует познавательные навыки и возможность применить их в других дисциплинах или областях.

Категории, по которым распределяют наиболее удачные по оценке специалистов веб-квесты в портале университета Сан Диего и на сайте <http://bestwebquests.com/>, включают экономику, искусство, музыку, иностранные языки, математику, здоровье, естественные и социальные науки, технологию, информационную грамотность. И хотя последние две категории кажутся наиболее близкими к предмету медиаобразования, тем не менее анализ этих примеров показал, что большая часть образовательных сайтов посвящена проблеме авторских прав, эффективной работе с онлайн-ресурсами, качественной оценке веб-сайтов. Нами были найдены всего два англоязычных веб-квеста, непосредственно связанные с медиаграмотностью, и оба они посвящены рекламе.

Что касается русскоязычного Интернета, то совсем недавно появилась страничка «Виртуальная экскурсия по стране медиа» на сайте Центра Медиаобразования в городе Тольятти (http://mec.tgl.ru/modules/subjects/pages/igrarpllog_1.doc.), которая хотя и не соответствует формату учебного веб-квеста, но тем не менее выполняет одну из его задач – стимулирует самостоятельное исследование в Интернет. Гостям этой странички предлагается познакомиться с основными понятиями, концепциями медиаобразования, историей медиаобразовательного движения России, обсудить роль масс-медиа в жизни детей и подростков, их воздействие на процесс образования

и воспитания, на социокультурную ситуацию в стране.

В связи с этим медиаобразовательные веб-квесты представляются новой и перспективной технологией в медиапедагогике. Тематика для создания медиаобразовательных веб-квестов разнообразна. Например, актуальные проблемы медиаграмотности – это не только реклама и консьюмеризм в обществе, но и насилие в медиа, стереотипизация, гендерная репрезентация в медиа, телевидение, глобализация поп-культуры и многое другое. Естественно, что собрание веб-квестов по всем предметам постоянно растет и к тому времени, когда будет опубликована данная статья, база данных образовательных сайтов пополнится. Однако тот факт, что в настоящее время на сайтах авторов этой технологии, Берни Доджа и Тома Марча – ключевых фигур в этой области – нет отдельной категории под названием «медиаобразование», или «медиаграмотность» (Media Education, Media Literacy, Media Studies), говорит о том, что здесь существует поле деятельности для медиапедагогов. Самыми активными пока оказались преподаватели истории, географии, английского языка и литературы, естественных наук.

Воспользовавшись структурой «классического» веб-квеста и шаблонами для его создания, можно разработать целый ряд медиаобразовательных сайтов для старшеклассников и студентов. Например, одна из злободневных тем телевизионной журналистики и медиаобразования – многочисленные реалити-шоу («Кандидат», «Дом-2», «Голод» и др.), которые идут в прайм-тайме на нескольких каналах. В процессе работы группы учащихся изучают различные аспекты реалити-шоу и разные точки зрения по данной проблеме (пользуясь сайтами самих реалити-шоу, информацией о рейтинге аналогичных телевизионных передач в России и в других странах, интервью с продюсерами, критическими статьями журналистов, психологов, медиапедагогов), выражают свое собственное мнение (в чем причина популярности реалити-шоу, кто участвует в них, и что служит мотивацией главных «героев»), какой/какие виды реалити-шоу кажутся интересными и

познавательными, а какие – скучными или вредными: почему и для какой аудитории). В результате участники составляют заявку оригинальной образовательной передачи – реалити-шоу, пользуясь подробным планом:

1. На каком канале должно транслироваться ваше шоу и почему?
2. Какова целевая аудитория передачи?
3. Название шоу.
4. Главные герои – кто они?
5. Место съемок, декорации, реквизит.
6. Главная сюжетная линия.
7. Второстепенные конфликты, проблемы, задачи, которые будут решать ее герои.
8. Призы, за которые они будут бороться.
9. Образовательная цель программы, чему должны научиться зрители шоу.
10. Как будет достигнута образовательная цель?

Ссылки на Интернет-ресурсы должны включать как homepages российских версий реалити-шоу (www.reality-show.ru, www.dom2.ru, www.golodtnt.ru, kandidat.org.ru), так и критические статьи в периодике, в профессиональных журналах (www.journalist-virt.ru). Для студентов, владеющих английским языком, можно добавить ссылки на англ-

язычные сайты (www.realitytvlinks.com, www.cbc.ca/news/background/tv).

В заключение хотелось бы еще раз подчеркнуть важное значение обучения современных школьников и студентов медиаграмотности. Медиа – телевидение, радио, кинематограф, пресса и Интернет – стали неотъемлемой частью нашей жизни. Медиаобразование исследует вопросы, связанные с устройством, законами и языками медиа, а также с их воздействием на личность человека. Современные школьники и студенты получают большую часть информации из аудиовизуальных источников, а не из печатных, как предыдущее поколение. Для того чтобы вдумчиво и критично относиться к средствам массовой коммуникации (а не только быть грамотными пользователями медийной техники), им нужно привить определенные умения критического и творческого мышления с помощью анализа медиатекстов различных видов и жанров. Образовательный потенциал Интернет предоставляет возможность педагогам практически любой дисциплины использовать технологию веб-квестов, которая представляется нам перспективной и в медиаобразовании школьников и студентов.

ЛИТЕРАТУРА

Быховский Я. С. Образовательные веб-квесты: Материалы международной конференции «Информационные технологии в образовании. ИТО-99». – <http://ito.bitpro.ru/1999>.

Интернет в гуманитарном образовании: Учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений. Под ред. Е. С. Полат. М.: ВЛАДОС, 2001.

Николаева Н. В. Образовательные квест-проекты как метод и средство развития навыков информационной деятельности учащихся // Вопросы Интернет-образования. 2002. № 7. – http://vio.fio.ru/vio_07.

Dodge B. Some Thoughts About WebQuests. 1995–1997. – http://webquest.sdsu.edu/about_webquests.html.

March T. (1998). Why Web Quests? An introduction. – www.ozline.com/webquests/intro.html.

Worsnop C. (1994). Screening Images: Ideas for Media Education. Mississauga: Wright Communications.

<http://bestwebquests.com/> портал лучших примеров веб-квестов, которые прошли конкурсный отбор специалистами.