

УДК 37.013

DOI: 10.34670/AR.2022.30.21.009

Трансформация образовательного процесса магистров: от медиаграмотности к медиакомпетентности

Корнилова Евгения Евгеньевна

Доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры коммуникационных технологий
и связей с общественностью,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
191023, Российская Федерация, Санкт-Петербург,
наб. канала Грибоедова, 30-32;
e-mail: qqq50@mail.ru

Соколова Елена Анатольевна

Кандидат философских наук, доцент,
доцент кафедры коммуникационных технологий
и связей с общественностью,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
191023, Российская Федерация, Санкт-Петербург,
наб. канала Грибоедова, 30-32;
e-mail: sokolovapr@yandex.ru

Аннотация

В статье исследуются профессиональные коммуникационные компетенции, обеспечивающие знания и навыки, обусловленные основными характеристиками современной публичной сферы и массовых коммуникаций, которыми должен обладать выпускник магистратуры гуманитарного направления. Представлен краткий обзор результатов исследований отечественных ученых и педагогов, посвященный компетентностному подходу в образовании, ставшему теоретико-методологической основой построения его содержания в высшей школе. Вузы, ведущие подготовку бакалавров и магистров в сфере массовых коммуникаций, при формировании образовательной программы (ОП) должны учитывать актуальные требования к специалистам, которые тесно связаны с публичной деятельностью и интернет-грамотностью, а также условия «новой реальности» и кардинальные изменения социально-политического ландшафта. Понятия «медиаграмотность» и «медиакомпетентность» должны быть разграничены, а соответствующие им компетенции реализовываться на разных уровнях образования, а также приходят к выводу, что в составе ОП медиакомпетентности сегодня уделяется недостаточное внимание. В заключительной части обсуждаются факторы, оказывающие негативное влияние на образовательный процесс магистрантов, и делается вывод, что отсутствие необходимой совокупности дисциплин, обеспечивающих получение системного профессионального образования, которое предполагает разнонаправленное знание сферы массовых коммуникаций,

безотлагательно влечет за собой недостаточный уровень подготовки кадров. Предлагается путь решения данной проблемы через пересмотр образовательных программ магистратуры гуманитарного образования и включения в них дисциплин, направленных на получение умений работать с информацией, воспринимать ее критически, владеть инструментами и логикой информационного противостояния и верификации, знать способы информационного влияния.

Для цитирования в научных исследованиях

Корнилова Е.Е., Соколова Е.А. Трансформация образовательного процесса магистров: от медиаграмотности к медиакомпетентности // Педагогический журнал. 2022. Т. 12. № 5А. С. 78-88. DOI: 10.34670/AR.2022.30.21.009

Ключевые слова

Медиаграмотность, медиакомпетентность, массовые коммуникации, магистрант, подготовка специалистов, инновационный подход, компетентностный подход, коммуникационные компетенции, публичная деятельность, информационное влияние.

Введение

Стремительное преобразование социально-политического ландшафта, обусловленное новой реальностью, предъявляет высокие требования к формированию образовательных программ. Особенно это касается тех направлений, профессиональные компетенции которых тесно связаны с публичной деятельностью и интернет-грамотностью. Сегодня вузы реализуют широкий спектр образовательных программ в данной сфере как на уровне бакалавриата, так и на уровне магистратуры. В частности, государственные университеты предлагают подготовку по таким направлениям, как журналистика, связи с общественностью, реклама, государственное и муниципальное управление, международные отношения, регионоведение и др.

В данной ситуации разработка актуальных компетенций представляется одним из ключевых факторов, обеспечивающих возможность применения инновационных подходов в публичной медиасфере и СМИ, которые реализуются посредством коммуникационных технологий и являются характерным явлением настоящего времени.

Социально-политические процессы не только находят исчерпывающее отражение в глобальном пространстве, но и регулируются коммуникаторами. Коммуникационная трансформация общества обусловлена стремительным развитием новейших коммуникационных средств и технологий. Президенты, депутаты, политики, журналисты, государственные служащие разных уровней, ученые, представители творческих профессий – все публичные люди используют интернет и имеют аккаунты в социальных сетях, и именно там сегодня звучат громкие заявления, оглашаются решения, результаты деятельности, публикуются и обсуждаются планы развития и пр. Если в начале 2000-х гг. исследователи СМИ были убеждены, что выборы выигрывает тот, кто владеет телевидением, то сегодня, без сомнения, интернет оказывает главенствующее влияние на общественное сознание и все важнейшие события, происходящие в социуме.

«Облик современного мира меняется до неузнаваемости под воздействием стремительно развивающихся информационных технологий. На современном этапе развития социума успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от

уровня культуры общества, его социальной сознательности и активности, медиаграмотности и гражданской позиции каждого» [Корнилова, 2020, 250].

Цель – выявить проблемы (компетентностные дефициты), которые существуют в системе подготовки магистров гуманитарного направления и разработать требования к ОП по формированию медиакомпетентности в этом направлении.

Обзор литературы

Количество информации возросло, и аудитории крайне трудно ориентироваться в ее источниках. В том, что это требует специальной разработки системы медиаобразования и повышения уровня медиаграмотности, сходятся многие исследователи, однако до сих пор уравнивают термины «медиаграмотность» и «медиакомпетентность». Так, определение Р. Кьюби характеризует сущность сравниваемых понятий как «способность использовать, анализировать, оценивать и передавать сообщения (messages) в различных формах», определяя их как синонимичные [Kubeu, 1997, 2]. И.В. Жилавская определяет медийно-информационную грамотность как «совокупность знаний, навыков, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный доступ, анализ, критическую оценку, интерпретацию, создание и распространение информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этической основе» [Жилавская, 2019, 15]. Исследователь А.В. Федоров отмечает, что термин «медиаграмотность» лишь перекликается с понятиями «медиакомпетентности» и «медиаобразованности». По его мнению, «термин «медиакомпетентность» способен более точно определять суть умений личности критически анализировать, оценивать, применять и распространять медиатексты в различных видах, формах и жанрах» [Федоров, 2009, 40].

Следует согласиться с утверждением М.В. Жижиной о том, что «медиакомпетентность в научной литературе рассматривается как элемент и как конечный результат медиаобразования. Она становится частью профессиональной субкультуры специалистов, условием социализации личности в современном медиамире, фактором успешности человека в быстро меняющемся социуме. В то же время медиакомпетентность выступает как средство познания поликультурного мира, средство получения знаний, способ самопрезентации и реализации потенциальных возможностей личности. Медиакомпетентность рассматривается с одной стороны, как качество личности, с другой – как система требований к определенному виду социального поведения в медиапространстве» [Жижина, 2016, 49].

Компетентностный подход в образовании на протяжении последних десятилетий не раз становился объектом внимания отечественных ученых и педагогов: А.М. Аронова, В.М. Байденко, А.В. Баранникова, А.Г. Бермуса, В.А. Болотова, И.Г. Галяминой, Г.Б. Голуба, И.А. Зимней, В.В. Краевского, О.Е. Лебедева, М.В. Рыжакова, Н.А. Селезневой, В.В. Серикова, Ю.Г. Татура, И.Д. Фрумина, А.В. Хуторского, О.В. Чураковой, М.А. Чошанова, В.Д. Шадрикова П.Г. Щедровицкого, Э.Ф. Зеер и др. Так, А.В. Хуторовский, представляя наиболее полную трактовку искомого понятия, утверждает, что «компетенция включает совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых для того, чтобы качественно, продуктивно действовать по отношению к ним» [Хуторской, 2003, 61]. И.А. Зимняя характеризует «компетентностный подход как системный и междисциплинарный, имеющий личностные и деятельностные аспекты» и подчеркивает его «практическую,

прагматическую и гуманистическую направленность» [Зимняя, 2003, 35]. В свою очередь, исследователи И.Н. Пашковская и Н.И. Королева рассматривают специфику компетентностного подхода, ставшего теоретико-методологической основой построения содержания образования в высшей школе, как потенциальную возможность осуществления принципов гуманистической парадигмы в отечественном высшем образовании [Пашковская, Королева, 2017, 34]. Однако общим для всех авторов является умозаключение о том, что развитие общих и универсальных профессиональных компетенций, навыков и умений позволяет выстраивать такую систему образования, при которой выпускники востребованы на рынке труда, успешно адаптируются после окончания вуза, включаются в практическую деятельность.

Основная часть

Решая проблемы подготовки магистров гуманитарного направления, авторы основываются на позициях:

I. Разграничив понятия «медиаграмотность» и «медиакомпетентность», заключим, что магистры в соответствии со своим уровнем образования уже должны не только разбираться в потоках массовой коммуникации: достоверности, направленности, актуальности, видах, типах, и пр., но и иметь критический взгляд на информацию, уметь грамотно ее истолковывать, трактовать и доносить, владеть digital-инструментами, приемами противостояния распространению негативных и заведомо ложных сведений, способами презентирования.

II. Современная парадигма управления социально-экономическим и политическим развитием России формирует потребность в актуализации образовательной модели подготовки высококвалифицированных специалистов. Во-первых, это связано с научно-техническим прогрессом и стремительной интеграцией социума в процесс цифровизации всех сфер человеческой деятельности: политической, экономической, государственной, социальной, культурной, образовательной. Во-вторых, с разработкой и применением инновационных подходов в сфере коммуникаций, которые активно функционируют в социально-экономическом и политическом пространстве, стимулируя различные направления исследований образовательных технологий подготовки высококвалифицированных специалистов и методов профессионального обучения. Современные тенденции в образовании будущих специалистов в сфере массовых коммуникаций обусловлены повышением значения их деятельности в глобальной коммуникационной среде, в связи с чем актуализируется вопрос о включении в современные ОП компетенций, обеспечивающих знание теории и практики массовых коммуникаций и получение коммуникационных навыков с целью повышения уровня квалификации в рассматриваемой сфере и конкурентоспособности личности, общества и государства.

III. Результаты анализа уровня медиаграмотности бакалавров показывают, что такие дисциплины, как «Теория и практика массовой коммуникации», при компетентностном подходе позволяют получить навыки и знания в данной сфере и должны быть включены вузами в качестве обязательных в образовательные программы бакалавриата тех направлений, которые связаны с журналистикой, связями с общественностью, медиасферой и которые напрямую не сопряжены с деятельностью медиа, однако предназначены для специалистов, деятельность которых неразрывно связана с публичной сферой и коммуникационными технологиями. Это, например, касается подготовки государственных служащих, дипломатов, регионоведов, политологов, библиотекарей, работников сферы туризма и пр. Именно компетентностный

подход, предполагающий взаимообогащение и тесную взаимосвязь теории и практики, а также «смежность» наук, является методологической базой современного образования.

IV. Образовательные программы магистратуры в этой связи должны основываться на более высоком уровне компетенций с учетом того, что в рамках рассматриваемой проблематики бакалавры уже овладели медиаграмотностью и должны развивать свои умения и навыки дальше.

Так, В. Вебер в структуре медиакомпетентности выделяет пять блоков обязательных умений:

- отбор и использование того, что могут предложить медиа;
- разработка своего собственного медиапродукта;
- знание и аналитические способности, связанные с креативными возможностями, на которых основаны различные виды медиа;
- знание и аналитические способности, связанные с условиями для эффективного использования медиа;
- экономические, социальные, технические, политические условия, связанные с производством и распространением медиапродуктов [Вебер, 2002, 43].

Основываясь на этих разработках, О.П. Кутькина в рамках своего исследования, посвященного педагогическим условиям формирования медиакомпетентности будущих библиотечно-информационных специалистов, предложила использовать следующие критерии сформированности медиакомпетентности:

- положительная мотивация и ценностно-смысловые представления (отношения) об использовании медиа и создании медиапродукции,
- сформированность знаний и умений в области медиа, развитие качеств личности (познавательная активность, критическое мышление, творческое мышление, коммуникативность и рефлексия),
- приобретение опыта использования медиа в различных видах деятельности [Кутькина, 2006, 28].

Предложенный исследователями список компетенций представляется недостаточным, в то время как цифровые форматы являются на сегодняшний день неотъемлемой частью общественной активности. Развитие цифровых технологий, возросшая роль мировых интернет-гигантов на политической арене, пандемия, СВО полностью изменили культуру медиапотребления, оказали влияние на все аспекты публичной сферы.

Чиновники, дипломаты, сотрудники органов государственной власти, переводчики, люди творческих профессий, школьники и пенсионеры – абсолютно все сегодня включены в сферу новых медиа. Новые инструменты распространения информации стали частью повседневной жизни общества. Главы государств, правительства стран, международные организации, органы правопорядка освоили новые возможности коммуникации с гражданами через социальные сети, блоги, видеохостинги. Таким образом, в современных массовых коммуникациях информация сама по себе представляет меньший интерес, чем способ ее подачи, так как значимым становится актуальный факт.

Однако такое присутствие в публичной коммуникационной сфере при недостаточной подготовленности и неадаптивности может иметь и негативные последствия.

Таким образом, содержательные и структурные изменения в подготовке магистров должны успевать за стремительно преобразующейся действительностью. Более того, следует учитывать

прогноз завтрашнего дня, когда специалисту предстоит войти в профессиональную сферу деятельности равноправным участником процесса.

Овладение медиакомпетентностью обусловлено тем, что коммуникатор любого уровня должен уметь:

- работать с информацией,
- воспринимать ее критически,
- владеть инструментами и логикой информационного противостояния,
- владеть основами кибербезопасности,
- знать основы информационного влияния,
- знать активно используемые digital-форматы, инструменты и методы работы в сфере массовых коммуникаций.

На смену контртерроризму и кибербезопасности пришли вопросы противодействия пропаганде и дезинформации как в области внутренней, так и внешней политики. Однако проблема информационного PR-сопровождения социальных и политических решений в системе информационной безопасности государства стоит уже давно. Так, в диссертационной работе «Информационное и PR-сопровождение политических решений в системе государственного управления» Е.А. Плешакова приходит к выводу о том, что «в обеспечении информирования населения в совокупности с доступностью информации для его широких слоев роль СМИ как источника получения информации является ключевой в процессе PR-сопровождения на протяжении всего периода принятия и реализации решений в сфере государственного управления» [Плешакова, 2006, 20]. Тем не менее, вопросы повышения медиакомпетентности, знания законов массовых коммуникаций, овладения навыками информирования и информационного противостояния сегодня являются наиболее актуальными.

Эмпирическое исследование (описание и результаты)

Авторами были проведены исследования уровня медиаграмотности и медиакомпетентности нескольких групп студентов-гуманитариев: бакалавров таких направлений подготовки, как реклама и связи с общественностью, журналистика, педагогика, менеджмент, филология в количестве 54 человека и магистров тех же направлений подготовки – 36 человек.

Задание на проверку уровня медиаграмотности включало анализ следующих навыков студентов: нахождение и получение доступа к необходимой информации; оценка объективности информации; систематизация информации; передача информации; применение навыка работы с ИКТ для обработки информации; взаимодействие с организациями и медиа для решения практических задач.

В рамках исследования медиакомпетентности у тех же групп студентов авторы изучали уровень критического восприятия текста, умение использовать инструменты информационного противостояния, владения основами кибербезопасности, знания основ информационного влияния, инструментов и методов работы в сфере массовых коммуникаций.

62% бакалавров различных направлений гуманитарного образования показали средний уровень медиаграмотности, 6% – низкий и 32% высокий уровень. 30 % бакалавров, показавших высокий уровень медиаграмотности, обучаются на таких направлениях подготовки, как журналистика и реклама и связи с общественностью, то есть напрямую связанных с изучением медиапространства и законов его функционирования.

Показателями медиакомпетентности той же группы респондентов были следующими:

высокий уровень – 2%, средний уровень – 14% и низкий уровень – 84%. Высокие показатели вновь продемонстрировали бакалавры, обучающиеся по направлениям, связанным с изучением медиа. Бакалавры педагогического, филологического направлений подготовки и менеджмента слабо владеют навыками медиакомпетентности.

В процессе анкетирования бакалавров были выявлены трудности, которые они испытывают: критический анализ источников и информации, подготовка материалов для публикаций, эффективное использование разнообразных медиаресурсов.

Магистры гуманитарного направления подготовки (реклама и связи с общественностью, журналистика, педагогика, менеджмент, филология) продемонстрировали следующие показатели: медиаграмотность на высоком уровне у 86% магистров, на среднем – у 13% и низкий уровень у 1% респондентов. Медиакомпетентность на высоком уровне у 53% магистров, среднем – 24% и низком – 23 %.

В процессе анкетирования и интервьюирования магистров были выявлены трудности: умение самостоятельно осуществлять анализ источников и интерпретации событий разными СМИ, критический разбор содержания медиатекстов, видеосюжетов, подкастов, анализировать собственную авторскую деятельность.

Заключение

Все вышеизложенное приводит нас к ряду умозаключений. Так, профессиональные коммуникационные компетенции, которые сегодня необходимы магистрантам в сфере массовых коммуникаций, должны обеспечивать умения и навыки:

- эффективного (оперативного, результативного) информирования широких слоев населения, обеспечение доступности информации, коммуникационного сопровождения периода принятия и реализации решений с оценкой эффективности;
- информационного сопровождения деятельности организаций, компаний и лиц в соцсетях, форумах, аккаунтах, других интернет-ресурсах, ведения корпоративных сайтов и блогов;
- вовлечения граждан в осуществление изменений, принятия решений по социально-политическим проблемам;
- работы с негативной информацией, с дезинформацией, критикой и пр.
- мониторинга СМИ с целью качественного и количественного анализа публикаций;
- формирования пула СМИ, организации и проведения пресс-мероприятий;
- подготовки материалов с дальнейшим размещением их в интернете;
- формирования активного делового имиджа и поддержки деловой репутации;
- анализа официальных сайтов, социальных медиа и сетей, комментариев, обращений, мониторинга настроений и вовлеченности граждан, обзора видео фиксаций, быстрых опросов, а также использования других инструментов, позволяющих управлять информационными потоками.

Все эти компоненты медиакомпетентности (информационно-мировозренческий, технологический, коммуникативный, информационно-поисковый, нормативно-правовой, аналитический, творческий, презентационный) позволят подготовить выпускников магистратуры к их реализации в жизни и в профессиональной сфере.

В контексте рассматриваемой проблемы подготовки магистров были выявлены негативные факторы развития профессиональной медиакомпетентности специалистов в сфере массовых коммуникаций на современном этапе. К ним прежде всего следует отнести недостаточный

уровень подготовки кадров, обусловленный отсутствием необходимой совокупности дисциплин, обеспечивающих получение системного образования, предоставляющего разнонаправленное знание в обозначенной отрасли.

Очевидно, что существует еще целый ряд факторов, не входящих в круг задач настоящего исследования, а именно: несовершенство нормативной правовой базы, разрабатывавшейся без учета современных условий, отсутствие целостной информационной инфраструктуры, эффективной информационной поддержки, высокий уровень монополизации сетей связи и пр. В связи с этим, как одну из приоритетных задач в профессиональной сфере массовых коммуникаций следует рассматривать разработку комплексных программ образования и повышения квалификации, направленных на выработку коммуникационных компетенций, которые позволили бы специалистам овладеть актуальными знаниями, умениями и навыками.

Вместе с тем, недостаточный состав профессиональных компетенций образовательных программ создает препятствия, во-первых, для профессионального развития института магистратуры, а во-вторых, для широкого внедрения и эффективного применения возможностей в профессиональную деятельность специалистов управленческой, социальной, культурной, образовательной и др. сфер.

Такие дисциплины магистратуры, как «Основы медиакомпетентности», «Медиакритика», «Медиаполитика государства», «Медиаобразование: история, теория и методика», «Информационная безопасность», «Медиакультура» и др. значительно повысят уровень медиакомпетентности магистрантов.

От разработки и реализации таких программ зависят, в первую очередь, социальные и идеологические процессы, а именно профессиональное представление информации в медиа, эффективная работа в сфере массовых коммуникаций по формированию единой идеологии и системы ценностей, обучение цифровой грамотности школьников, работа с представителями «серебряного возраста» по повышению их медиаграмотности, сохранение психологической стабильности российского общества и адекватного отношения к событиям в быстро меняющемся мире.

Необходим комплекс теоретических и практических аспектов изучения данной проблемы, направленный на развитие медиакомпетентности, определенных коммуникационных ориентаций и навыков профессионалов в медиаиндустрии.

Данный анализ показывает, что приоритетность роли медиакомпетентности специалистов в сфере массовых коммуникаций сегодня очевидна, ее востребованность обусловлена стремительной трансформацией коммуникационной среды и тем значением, которое приобрели публичные коммуникации. Профессиональные компетенции должны быть актуализированы в соответствии с требованиями современного общества, функционирующего в условиях роста зависимости от новейших коммуникационных технологий и цифровых медиа, занимающих все более значительное место в жизнедеятельности человечества.

Библиография

1. Вебер В. Портфолио медиаграмотности // Информатика и образование. 2002. № 1. С. 41-45.
2. Жижина М.В. Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования: о критериях оценки медиакомпетентности Медиаобразование // Media Education. 2016. № 4. С. 49.
3. Жилавская И.В., Рахманина К.П. Опыт тестирования школьников по уровню медийно-информационной грамотности // Медиа. Информация. Коммуникация. 2019. № 30. С. 14-23.
4. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования // Высшее образование сегодня. 2003. № 5. С. 34-42.

5. Корнилова Е.Е. Патриотическое воспитание в образовательном процессе: актуальные коммуникативные стратегии // *Коммуникации в условиях цифровой трансформации*. СПб., 2020. С. 250-254.
6. Кутькина О.П. Педагогические условия формирования медиакомпетентности будущих библиотечно-информационных специалистов: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Барнаул, 2006. 28 с.
7. Пашковская И.Н., Королева Н.И. Проблемы реализации гуманистической педагогической парадигмы в условиях компетентностного подхода (прикладные аспекты философии образования). СПб., 2017. 181 с.
8. Плешакова Е.А. Информационное и PR-сопровождение политических решений в системе государственного управления: дис. ... канд. полит. наук. Саратов, 2006. 188 с.
9. Федоров А.В. Технология развития медиакомпетентности и критического творческого мышления в процессе медиаобразования студентов: общие подходы // *Alma mater*. 2009. № 7. С. 34-44.
10. Хуторской А.В. Ключевые компетентности как компонент личностно ориентированной парадигмы образования // *Народное образование*. 2003. № 2. С. 60-68.
11. Kubey R. *Media Education: Portraits of an Evolving Field // Media Literacy in the Information Age*. London: Transactions Publishers, 1997. P. 1-14.

Transformation of the educational process of masters: from media literacy to media competence

Evgeniya E. Kornilova

Doctor of Philology, Professor;
Professor of the Department of Communication Technologies
and Public Relations,
Saint Petersburg State University of Economics,
191023, 30-32, Kanala Griboedoba emb.,
Saint Petersburg, Russian Federation;
e-mail: qqq50@mail.ru

Elena A. Sokolova

PhD in Philosophy, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Communication Technologies
and Public Relations,
Saint Petersburg State University of Economics,
191023, 30-32, Kanala Griboedoba emb.,
Saint Petersburg, Russian Federation;
e-mail: sokolovapr@yandex.ru

Abstract

The article examines the professional communication competencies, providing knowledge and skills due to the main characteristics of the modern public sphere and mass communications, which should be possessed by a graduate of the master's degree program in the humanities. The article provides a brief review of the research results of domestic scientists and educators, dedicated to the competence approach in education, which has become a theoretical and methodological basis for the construction of its content in higher education. Higher education institutions training bachelors and masters in mass communications, when forming an educational program, must consider the current requirements for professionals, which are closely related to public activities and Internet

literacy, as well as the conditions of "new reality" and dramatic changes in the socio-political landscape. The concepts of "media literacy" and "media competence" should be differentiated and corresponding competencies should be implemented at different levels of education; today insufficient attention is paid to media competence in the curriculum. The final part concludes that the lack of a necessary set of disciplines that provide a systematic professional education, which involves multidirectional knowledge of the field of mass communications, urgently entails an insufficient level of personnel training. The way of solving this problem through the revision of educational programs of Master's degree in humanities education and including the disciplines aimed at obtaining the ability to work with information, to perceive it critically, to possess the tools and logic of information confrontation and verification, to know the ways of information influence is proposed.

For citation

Kornilova E.E., Sokolova E.A. (2022) Transformatsiya obrazovatel'nogo protsessa magistrrov: ot mediagramotnosti k mediakompetentnosti [Transformation of the educational process of masters: from media literacy to media competence]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 12 (5A), pp. 78-88. DOI: 10.34670/AR.2022.30.21.009

Keywords

Media literacy, media competence, mass communications, master's student, specialist training, innovative approach, competency-based approach, communication competences, public activity.

References

1. Fedorov A.V. (2009) Tekhnologiya razvitiya mediakompetentnosti i kriticheskogo tvorcheskogo myshleniya v protsesse mediaobrazovaniya studentov: obshchie podkhody [Technology for the Development of Media Competence and Critical Creative Thinking in the Process of Students' Media Education: General Approaches]. *Alma mater*, 7, pp. 34-44.
2. Khutorskoi A.V. (2003) Klyuchevye kompetentnosti kak komponent lichnostno orientirovannoi paradigmy obrazovaniya [Key competencies as a component of the personality-oriented paradigm of education]. *Narodnoe obrazovanie* [Public education], 2, pp. 60-68.
3. Kornilova E.E. (2020) Patrioticheskoe vospitanie v obrazovatel'nom protsesse: aktual'nye kommunikativnye strategii [Patriotic upbringing in the educational process: actual communication strategies]. In: *Kommunikatsii v usloviyakh tsifrovoi transformatsii* [Communications in the conditions of digital transformation]. St. Petersburg.
4. Kubey R. (1997) *Media Education: Portraits of an Evolving Field // Media Literacy in the Information Age*. London: Transactions Publishers.
5. Kut'kina O.P. (2006) *Pedagogicheskie usloviya formirovaniya mediakompetentnosti budushchikh bibliotечно-informatsionnykh spetsialistov. Doct. Dis.* [Pedagogical conditions for the formation of media competence of future library and information specialists. Doct. Dis.]. Barnaul.
6. Pashkovskaya I.N., Koroleva N.I. (2017) *Problemy realizatsii gumanisticheskoi pedagogicheskoi paradigmy v usloviyakh kompetentnostnogo podkhoda (prikladnye aspekty filosofii obrazovaniya)* [Problems of implementation of the humanistic pedagogical paradigm in the conditions of the competence-based approach (applied aspects of the philosophy of education)]. St. Petersburg.
7. Pleshakova E.A. (2006) *Informatsionnoe i PR-soprovozhdenie politicheskikh reshenii v sisteme gosudarstvennogo upravleniya. Doct. Dis.* [Information and PR-support of political decisions in the system of public administration. Doct. Dis.]. Saratov.
8. Weber V. (2002) Portfolio mediagramotnosti [Portfolio of media literacy]. *Informatika i obrazovanie* [Informatics and education], 1, pp. 41-45.
9. Zhilavskaya I.V., Rakhmanina K.P. (2019) Opyt testirovaniya shkol'nikov po urovnyu mediino-informatsionnoi gramotnosti [The experience of testing schoolchildren on the level of media and information literacy]. *Media. Informatsiya. Kommunikatsiya* [Media. Information. Communication], 30, pp. 14-23.
10. Zhizhina M.V. (2016) Mediagramotnost' kak strategicheskaya tsel' mediaobrazovaniya: o kriteriyakh otsenki mediakompetentnosti Mediaobrazovanie [Media literacy as a strategic goal of media education: on the criteria for

- assessing media competence Media Education]. *Media Education*, 4, p. 49.
11. Zimnyaya I.A. (2003) Klyuchevye kompetentsii – novaya paradigma rezul'tata obrazovaniya [Key competencies as a new paradigm of the result of education]. *Vysshee obrazovanie segodnya* [Higher education today], 5, pp. 34-42.