

Торайғыров университетінің
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университета

**ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ**

Педагогикалық сериясы
1997 жылдан бастап шығады



**ВЕСТНИК
ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТА**

Педагогическая серия
Издается с 1997 года

ISSN 2710-2661

№ 4 (2020)

Павлодар

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайгыров университета

Педагогическая серия
выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

о постановке на переучет периодического печатного издания,
информационного агентства и сетевого издания

№ KZ03VPYU00029269

выдано

Министерством информации и коммуникаций
Республики Казахстан

Тематическая направленность

публикация материалов в области педагогики,
психологии и методики преподавания

Подписной индекс – 76137

Бас редакторы – главный редактор

Бегентаев М. М.

д.э.н., профессор

Заместитель главного редактора

Ответственный секретарь

Пфейфер Н. Э., *д.п.н., профессор*

Нургалиева М. Е., *PhD доктор*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Абибуллаева А.,

д.п.н., профессор

Бурдина Е. И.,

д.п.н., профессор

Жумагаева Е.,

д.п.н., профессор

Фоминых Н. Ю.,

д.п.н., профессор (Россия)

Снопкова Е. И.,

к.п.н., профессор (Белоруссия)

Мирза Н. В.,

д.п.н., профессор

Донцов А. С.,

доктор PhD

Шокубаева З. Ж.,

технический редактор

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

МРНТИ 14.35.09

<https://doi.org/10.48081/EFTK9188>**Б. Т. Куанышева, Р. Ж. Аубакирова**Торайгыров университет,
Республика Казахстан, г. Павлодар**СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ
СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ИНОЯЗЫЧНОЙ ПОДГОТОВКИ
В ВУЗЕ**

Коммуникация сегодня характеризуется быстро меняющейся формой выражения и испытывает сильнейшее воздействие цифровых информационных носителей, которые образует медиaprостранство. Современный семиотический ландшафт, который создается медиа-ресурсами, оказывает значительное влияние на содержание иноязычного образования. Требование к отбору аутентичных материалов обращает внимание преподавателей иностранного языка на медиа-ресурсы. Будущему специалисту, который изучает иностранный язык в университете, в этих условиях необходимо не только владеть навыками всех видов речевой деятельности, но и высоким уровнем медиакомпетентности, который позволит использовать полученные знания и навыки в профессиональной деятельности. Анализ различных определений понятия «медиакомпетентность» показывает актуальность его применения в качестве образовательных результатов в изучении иностранного языка в университете. Понимание специфики формирования медиакомпетентности позволяет выстраивать логику экспериментальной работы. В статье мы представляем результаты, которые получили в ходе опытно-экспериментальной работы. Данные основаны на анализе современных исследований в области медиаобразования, а также собственно формирующего эксперимента, который проводился нами на базе НАО «Торайгыров университета».

Ключевые слова: иностранный язык, медиа-средства, компетентность, университет, преподавание, технологии, конкурентоспособность.

Введение

Тенденции к повсеместной цифровизации во всем мире привела к тому, что современные студенты не представляют свою жизнь и образование без цифровых устройств и Интернета. Возможность общаться друг с другом несмотря на большое расстояние, распространение аудиовизуальных форм передачи информации (телевидение, радио, видео, кино, СМИ) говорит о быстрых темпах развития технологий и влияет на психологические особенности выбора способов организации познавательной деятельности современных обучающихся. В связи с этим изучение иностранного языка на основе использования средств медиа представляется сегодня весьма перспективным.

Объект исследования: иноязычное обучение в высшей школе.

Предмет исследования: медиакомпетентность студентов.

Цель: определить эффективные способы использования медиаресурсов в формировании медиакомпетентности в процессе обучения иностранному языку в университете.

Задачи:

- определить теоретические подходы к формированию медиакомпетентности в иноязычном обучении в высшей школе;
- выявить специфику использования медиаресурсов в обучении иностранному языку в высшей школе;
- определить значение медиаграмотности в сочетании с медиакомпетентностью студентов в процессе обучения иностранному языку в университете.

Источниками для обоснования теоретических положений нашего исследования послужили труды Г. М. Маклюэна, Л. Мастермана, А. В. Федорова, П. Б. Сейтказы.

Г. М. Маклюэн, известный философ, культуролог второй половины 20 века, на своей первой должности преподавателя Висконсинского университета столкнулся с проблемами коммуникации с обучающимися, что сподвигло его к анализу специфики СМИ. Испытывая сложности в обратной связи со студентами, чувствуя разорванность в способах понимания мира, он исследовал способы обучения. В своей работе «Понимание медиа», впервые опубликованной в 1964 году, Г. М. Маклюэн фокусируется на медиа-эффектах, которые пронизывают общество и культуру [1]. Это ценные выводы для нашего исследования, так как мы разделяем обеспокоенность этого ученого, считавшего, что человечество переместилось в двадцать первый век и при этом использует принципы восприятия девятнадцатого века. Молодые люди, которые чувствительны к расширяющемуся информационному полю, без

проблем используют возможности медиапространства. Не применять этого в процессе обучения – большое упущение педагогики высшей школы. Один из авторов теории и методики медиаобразования Л. Мастерман предложил основные принципы медиаобразования, его определения используются в других исследованиях. Для нашей работы представляет большое значение его выводы о цели медиаобразования, заключающейся не только в формировании критического мышления по отношению к медиатекстам, но и «критической автономии» [2]. Это исходные положения, которые повлияли на понимание «медиакомпетентности».

Как пишет Х. Мартинес, медиакомпетентность – это многогранное явление, включающее в себя способность получать доступ, анализировать, оценивать, общаться и оценивать сообщения в различных форматах (печатная журналистика, кинематографическая продукция, радио, телевидение, а также компьютерная информация) [3]. Перечисленные формы медиа применялись нами в ходе реализации экспериментальной работы, в которой важно было определить особенности формирования медиакомпетентности.

Само понятие «медиакомпетентность» активно обсуждается. Многие исследователи медиакомпетентность понимают как синоним слову медиаграмотность. Р. У. Кубей пишет: «Медиаграмотность – это способность отсеивать и анализировать сообщения, которые информируют, развлекают и продают нам каждый день» [4]. К. Тайнер, изучая специфику влияния новых коммуникационных технологий на образование, приходит к выводу об изменении природы грамотности, но использует это же понятие [5]. А. А. Новикова, изучая способы применения медиа на уроке английского языка, приходит к выводу о том, что их использование является основой для медиаобразования [6]. В. В. Гура считает результатом медиаобразования медиакомпетентность [7]. В своем исследовании мы опирались на определение понятия «медиакомпетентность», как профессиональную компетентность, необходимую во всех сферах деятельности человека, и которое шире понятия «медиаграмотность».

А. В. Федоров пишет так: «Медиакомпетентность определяет суть имеющихся у индивида умений использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме» [8]. Работы А. В. Федорова позволили выстроить методические основы эксперимента. В преподавании иностранного языка умение высказывать свою точку зрения формируется неразрывно с развитием речевых навыков. Формирование умений отстраняться от информационного поля, которое иногда агрессивно воздействует на мышление человека, в нашем

исследовании также анализируется и выделяется как одна из методических задач.

Анализируя специфику формирования медиакомпетентности, Т. Фернандес-Улоа отмечает, что этот процесс включает в себя три этапа. На первом этапе обучающиеся получают знания о медиа, особенностях их использования. Второй этап предполагает анализ технологических характеристик и особенностей конкретного языка СМИ, где они могут быть активными субъектами, способными к анализу полученной информации. На третьем этапе обучающиеся способны сами создавать собственные медиапродукты [9]. Данные этапы были приняты нами как основа организационной структуры процесса формирования медиакомпетентности в опытно-экспериментальной работе. При этом мы действовали в интересах развития навыков использования языковых навыков во всех видах речевой деятельности.

Важными для нашей работы представляются также описание и анализ различных способов учебной деятельности: «deskриптивный» (пересказ медиатекста, перечисление действующих лиц и событий); «личностный» (описание отношений, эмоций, воспоминаний, которые вызывает медиатекст); «аналитический» (анализ структуры медиатекста, языковых особенностей, точек зрения); «классификационный» (определение места произведения в историческом контексте); «объяснительный» (формирование суждений о медиатексте в целом или о его части); оценочный (заклучение о достоинствах медиатекста на основе личностных, нравственных или формальных критериев). Труды П. Б. Сейтказы, ведущего в области медиаобразования казахстанского ученого, оказали влияние на формирование концепции экспериментальной работы. Особенный интерес представляют методы и технологии развития медиаграмотности обучающихся, которые активно применяются на практике [10]. На основе этих идей была выстроена опытно-экспериментальная работа. В основной части статьи мы представляем обоснование использования основных способов формирования медиакомпетентности студентов на занятиях иностранного языка.

Материалы и методы

В своей работе мы использовали и вербальные, и невербальные медиа. Среди вербальных активно применялись СМИ, видео-, аудио-источники. Невербальные средства, которые представляли для нас интерес – это произведения изобразительного искусства, музыка, архитектурные сооружения, а также невербальные способы общения, которые фигурируют в видеоматериалах. При этом каждый из медиа- ресурсов при выполнении определенных заданий формирует необходимые умения и навыки.

В качестве методов исследования были использованы анализ, обобщение теоретических подходов, раскрывающих вопросов медиакомпетентности, экспериментальная работа по апробации медиа-ресурсов в обучении иностранному языку.

Результаты и обсуждение

Исходя из выводов, которые сделали теоретики медиаобразования, можно констатировать, что формирование медиакомпетентности – процесс, который предполагает развитие не только критического мышления, «критической автономии», но и навыков работы с медиа-ресурсами.

В своей опытно-экспериментальной работе мы использовали медиа-ресурсы, которые представляют ту или иную область человеческой коммуникации. В статье И. В. Жилавской есть такая классификация: «По способу коммуникации медиа делятся на два вида: вербальные и невербальные в зависимости от использования, либо неиспользования языковых средств». Это обобщение видов медиа для нашей работы представляется наиболее подходящей, так как изучение языка связано, в первую очередь, с коммуникацией. Вербальные медиа могут использовать признаки невербальных. Самое главное их отличие в том, что слово, язык, речь являются универсальными средствами коммуникации, с помощью которых осуществляется кодирование и декодирование информации. И. В. Жилавская пишет: «Вербальными являются все медиа, содержание которых построено на устном или письменном тексте. К невербальным медиа относятся те, которые при передаче информации используют визуальные образы, акустические системы; сегодня мы можем уже говорить о тактильных и ольфакторных (обонятельных) возможностях медиа» [11]. В эксперименте были использованы все виды медиа, применение которых влияет на формирование речевых навыков и профессиональных компетентностей, в том числе медиакомпетентности студентов.

Средства массовой информации представляют собой источник аутентичного и актуального материала для работы со студентами на уроках иностранного языка. Темы, которые могут быть выбраны преподавателем из статей интерактивных газет, из новостных порталов, из дискуссий на радио- и телепередачах, охватывают все сферы социальной жизни. Такие темы как «спорт», «экономика», «искусство», «развлечения» предоставляют ресурс для сравнения, сопоставления культуры своего народа и культуры народов, использующих в своей жизни английский язык. Эти материалы превосходят упрощенный язык в редактируемых текстах учебников и вносят свой вклад в обучение навыкам владения иностранным языком. СМИ предлагают своеобразные «моментальные снимки» сегментов культуры, превращающая

их в логическую среду. Актуальность материалов также предоставляет возможность использования новой лексики, которая только входит в употребление. Преподаватель имеет возможность не только использовать содержание этих материалов, но и применять на занятиях различные формы, которые характерны для СМИ. Например, мы активно используем игровые формы: ТВ-шоу, интервью известного человека, «Горячие новости», теледебаты, «Радио-хитпарад». Такие формы организации взаимодействия активизируют деятельность студентов, повышают мотивацию к изучению иностранного языка. Аутентичные тексты предоставляют студентам ценные возможности для получения представления о культуре стран изучаемого языка. Пресса, телевизионные новостные передачи и ток-шоу могут обеспечить языковую и культурную аутентичность, необходимую нашим студентам для того, чтобы стать более компетентным в использовании медиаресурсов. Использование СМИ в обучении иностранному языку не только помогает студентам продвигать свои знания о текущих лексических элементах и развитии идиоматики новых выражений, но повышает их способность интерпретировать, анализировать, синтезировать и оценивать культурные тексты через понимание простых фактов. Преподаватели должны знать, что СМИ сегодня – это коммерческие организации, ориентированные на определенную целевую аудиторию, и как таковые они могут отражать не только ценности, интересы и убеждения читательской аудитории, но и владельцев средства массовой информации, редакции и политической среды. Написание статей для газет и журналов, других информационных источников требует понимания чувств того, кто будет читателем. Понимание потребностей аудитории помогает принимать решение о содержании и форме выдачи информации, материалов для обучения. Поэтому при отборе материалов для занятий со студентами надо учитывать направленность издания, и если материал спорного характера, надо быть готовым к организации дискуссии.

Видео (фильмы, клипы, реклама) служит хорошим динамическим ресурсом для практики говорения на иностранном языке и для создания ситуаций живого общения в аудитории. Студенты могут не только обсуждать диалоги, которые они слышат и видят. На занятиях нами активно использовалась драматизация, многие сцены игрались по ролям. Здесь можно не только точно воспроизвести услышанное и увиденное, а также переосмыслить текст, представить его новую интерпретацию. Если уровень знаний студента позволяет правильно и точно воспроизвести сценарий, можно использовать такую форму: озвучивать реплики от имени героя видео при отключенном звуке. Такое упражнение вызывает каждый раз большой интерес со стороны студентов, а также оказывает большое влияние на совершенствование их языковой компетенции. При выполнении этой

задачи мы использовали также различные интерпретации личности персонажа. После сравнивались более или менее удачные варианты. Также большую пользу дает дублирование на русском или казахском языке, если группа обучается на государственном языке. Такой вид работы учит студентов не буквально переводить фразы, произнесенные персонажами, а адекватно интерпретировать значение высказывания, учитывать различия в интонации и построении фразы. Интерпретация идиом, вводные слова, междометия, обращения требуют особого внимания. Например, для некоторых студентов камнем преткновения является понимание использования местоимения «you» – в русском языке «ты» (ед.ч.) и «вы» (мн.ч.), так как в английском нет разницы между единственным и множественным числом местоимения второго лица. Поэтому для того, чтобы адекватно передать фразу на русском языке, студенты должны правильно определить уровень изложения на иностранном языке с учетом этих тонкостей. Полнометражные видео, которые требуют развернутого обсуждения (speaking), записей (writing), работы с лексикой, это очень интересный вид работы, который может быть реализован как проектная деятельность, или как небольшой кейс со специальными заданиями и вопросами. Короткие видео, например, видеоклипы, реклама тоже могут быть очень полезны при обучении английскому языку. В использовании таких видео важно выделять основное зерно, задачу, которую преподаватель хочет решить. Возможно, это грамматическая тема, работа с новой лексикой, или особенности культуры, которые отражены в этом видео. Важно заранее продумать, что преподаватель может предложить, чтобы наши студенты узнали из данного видео. Преподавателю необходимо четко планировать то, как организовать деятельность студентов. Можно использовать такие основные этапы:

1 Предоставить вопросы, которые фокусируют обучающихся на том, что важно в видео. Для этого надо понимать, почему было выбрано именно это видео, какие результаты ожидаются после просмотра. Вопросы или подсказки могут быть написаны на доске или на листах.

2 Организовать просмотр видео в аудитории. Это необходимо для того, чтобы остановить видео, чтобы привлечь внимание студентов к важному моменту.

3 Провести обсуждение в аудитории через фронтальную работу либо работу по мини-группам. Для этого можно подготовить вопросы и заранее раздать по группам.

В настоящее время студенты чаще всего используют визуальный канал для восприятия информации. Доступ в интернет, возможность использования собственных технических устройств облегчает работу преподавателя. Видео – это ресурс, который каким-то образом заменяет печатные материалы. Представление

аудио- и видеотекста должно включать такой объем и темп, который соответствует способностям студентов. Как правило, звучание текста более 3 минут перегружает кратковременную память и усложняет процесс восприятия. Текст обычно представляется для прослушивания дважды. Если студенты не понимают текст после двойной презентации, желательно просмотреть текст фрагментарно. На этом этапе используется прием «Замороженный экран», который с помощью кнопки «Пауза» дает время для осмысления впечатлений от просмотра и прослушивания иностранной речи, дает возможность продумать ответ на поставленные вопросы. Следует отметить, что оптимальным решением является разработка серии упражнений на основе выбранного видео. Таким образом, предпочтительная продолжительность видеоклипа составляет 2-5 минут, так как этого периода достаточно получить необходимое количество информации по проблеме. Система упражнений должна состоять из нескольких частей. Первая часть (вводные упражнения) может содержать задания, которые позволяют студентам подготовиться к восприятию видео и активизировать существующие знания по предмету. Вторая часть (просмотр, чтение и разговор) должна включать упражнения, направленные на обсуждение просматриваемого фрагмента. Далее мы должны перейти к более подробному обсуждению этого материала. Упражнения могут включать ответы на вопросы, заполнение пробелов, сопоставление, множественный выбор, и так далее. Третья часть (последующие задания) должна включать творческие задания на основе содержания видео, например, создайте диалог по содержанию на видео, подготовьте отчет по теме, сделайте презентацию вашего видения проблемы.

Для того чтобы максимально эффективно использовать видео в процессе обучения иностранному языку, необходимо учитывать интересы студентов, их возможности, предлагая выбор заданий по уровням подготовки. Видео дает источники для более активной творческой деятельности учителя, использование разных режимов работы; видеоматериалы легко используются для разных видов работ: индивидуальные, парные, групповые, коллективные. Современные технические средства позволяют разделить весь фильм на необходимое количество видеофрагментов в зависимости от цели работы. Использование видео делает занятие более эмоциональным и эффективным, позволяет развивать речевую деятельность, в простой визуальной форме передавать информацию студентам, увеличивать информативную насыщенность содержания образования, усиливать концентрацию языковых средств.

Невербальные медиа также использовались нами на занятиях. Например, можно использовать произведения изобразительного искусства для развития навыка writing. Картина предлагалась для описания и обсуждения темы.

Исторические памятники архитектуры, музыкальные произведения, картины известных художников – это источники для тем эссе.

Использование всех типов медиа возможно на различных этапах занятиях, все виды деятельности усложняются поэтапно от репродуктивного до творческого уровня. Репродуктивные виды деятельности направлены на формирование самых необходимых навыков, например, на их основе студенты учатся слышать и воспроизводить иностранную речь. Творческие виды деятельности связаны с созданием нового продукта. Возьмем для примера один вид деятельности – ведение блога на иностранном языке. Требование от студентов вести блог – это эффективный способ развивать их технические навыки использования интернета через встраивание гиперссылок и изображений. Это также помогает им узнать, как правильно ссылаться на цифровые источники. Преподаватели не должны требовать от студентов ежедневного ведения блога. Если они это делают, то ведение блога становится скорее рутинной, а не выходом для самовыражения. Хорошей идеей является требование от студентов обновлять свой блог раз в неделю, и педагоги часто обнаруживают, что их студенты мотивированы на то, чтобы это требование выполнять. Есть много причин, чтобы начать ведение блога со своими студентами. Помимо того, что это идеальный способ реализовать важные навыки письма и общения на иностранном языке, он также способствует развитию критического мышления. Благодаря ведению блогов на занятиях дискуссии по содержанию курса становятся шире, поскольку они предоставляют студентам отличную платформу для контактов. Приятно делиться идеями и мнениями, которые пробуждают интерес студентов. В дополнение к этому, блоги также развивают исследовательские и организационные навыки, а это полезные компетенции для будущего специалиста.

Студенты учатся и участвуют в процессе активнее, если они могут использовать то, что они изучают, в своей жизни, для развития будущей карьеры. Следовательно, использование медиа для акцентирования внимания на реальном материале, в нашем случае это медиа, может быть очень эффективным.

Выводы

Медиа-компетентность сочетается с медиаграмотностью, которая является важным компонентом медиакомпетентности и имеет множество различных определений. Например, Европейская комиссия описывает медиаграмотность как: способность получать доступ, анализировать и оценивать силу изображений, звуков и сообщений, с которыми мы сейчас сталкиваемся ежедневно и которые являются важной частью нашей современной культуры, а также компетентно общаться в средствах массовой информации, доступных на личной основе.

Действительно, различные определения дополняют друг друга. Тем не менее, есть общепринятые определения, поскольку они охватывают множество

различных аспектов. Например, медиаграмотность описывается как способность декодировать, анализировать, передавать и оценивать сообщения в различных формах [9]. На основе этих определений и предполагаемых способностей к медиаграмотности были созданы Медиа и информационные технологии для учителей, которые потребовали от учителей уделять больше внимания развитию этих навыков, поскольку они считаются важными. Согласно Л. Мастерману, концептуальное понимание медиа позволит ученикам получать и производить медиа с критическим подходом [2].

Применение медиа-ресурсов в изучении иностранного языка позволяет решать не только учебные задачи, которые связаны с формированием общих и специальных профессиональных компетенций, но и важны для развития медиакомпетентности. Взяв за основу классификацию А. В. Федорова, мы обобщили эти способы и представляем их в таблице 1.

Таблица 1 – Способы учебной деятельности, влияющие на формирование медиакомпетентности

Способ деятельности	Вид задания	Формируемый навык или умение
дескриптивный	пересказ медиатекста, перечисление действующих лиц и событий	навык использования и передачи медиатекста
личный	описание отношений, эмоций, воспоминаний, которые вызывает медиатекст	навык использования и передачи медиатекста
аналитический	анализ структуры медиатекста, языковых особенностей, точек зрения	навык анализа медиатекста
классификационный	определение места произведения в историческом контексте	навык анализа медиатекста
объяснительный	формирование суждений о медиатексте в целом или о его части	навык оценки и интерпретации медиатекста
оценочный	заклучение о достоинствах медиатекста	навык оценки медиатекста

Таким образом, задания, которые мы применяли на занятиях со студентами в ходе преподавания иностранного языка, активно влияли на эффективность обучения. Наше исследование показывает, что медиа-ресурсы обеспечивают в полной мере потребность в аутентичных актуальных

материалах, которые положительно влияют, как на эффективность изучения иностранного языка, так и на развитие профессиональных компетенций, в том числе, на медиакомпетентность.

Список использованных источников

1 **McLuhan, H. M.** Understanding Media : The Extensions of Man. – Reissued by MIT Press, 1994. – 216 p.

2 **Мастерман, Л.** Обучение языку средств массовой информации [Текст] // Специалист. – 1993. – № 4. – С. 22–23.

3 **Martens, H.** Evaluating Media Literacy Education : Concepts, Theory and Future Directions [Text] // Journal of Media Literacy Education. – 2010. – 2: 1. – P. 1–22.

4 **Kubey, R. W.** Media Literacy in the Information Age : Current Perspectives. – Transaction Publishers, 1997. – 484 p.

5 **Tyner, K.** Literacy in a Digital World : Teaching and Learning in the Age of Information. – Routledge, 2014. – 304 p.

6 **Новикова, А. А.** Медиа на уроке английского языка : техническое средство обучения или медиаобразование? [Текст] // Медиаобразование. – 2005. – № 1. – С.107–112.

7 **Гура, В. В.** Медиакомпетентность как цель педагогического проектирования электронных образовательных ресурсов [Текст] // Медиаобразование. – 2005. – № 1. – С. 77–80.

8 **Федоров, А. В., Новикова, А. А.** Медиаобразование в ведущих странах Запада. – Таганрог : Кучма, 2005. – 270 с.

9 **Fernández-Ulloa, T.** Teaching media competence in the classroom : television, advertising and film [Text] // International Journal of Arts & Sciences. – 2013. – 6 (4). – P. 411–436.

10 **Сейтказы, П. Б.** Медиapedагогика. – Астана : INTRO DESIGN, 2014. – 197 б.

11 **Жилавская, И. В.** Классификация медиа. Проблемы, понятия, критерии [Текст] // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2016. – № 4. – том 2. – С. 15–21.

References

1 **McLuhan, H. M.** Understanding Media : The Extensions of Man. – Reissued by MIT Press, 1994. – 216 p.

2 **Masterman, L.** Obucheniye yazyku sredstv massovoy informatsii [Teaching the language of the media. In Specialist. – 1993. – No 4. – P. 22–23.

3 **Martens, H.** Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theory and Future Directions [Text]. In Journal of Media Literacy Education. – 2010. – 2: 1. – P. 1–22.

4 **Kubey, R. W.** Media Literacy in the Information Age : Current Perspectives. – Transaction Publishers, 1997. – 484 p.

5 **Tyner, K.** Literacy in a Digital World : Teaching and Learning in the Age of Information. – Routledge, 2014. – 304 p.

6 **Novikova, A. A.** Media na uroke angliyskogo yazyka : tekhnicheskoye sredstvo obucheniya ili mediaobrazovaniye? [Media at an English lesson : a technical teaching tool or media education?]. In Media Education. – 2005. – No. 1. – P. 107–112.

7 **Gura, V. V.** Mediakompetentnost' kak tsel' pedagogicheskogo proyektirovaniya elektronnykh obrazovatel'nykh resursov [Media competence as the goal of pedagogical design of electronic educational resources]. In Media education. – 2005. – No. 1. – P. 77–80.

8 **Fedorov, A. V., Novikova, A. A.** Mediaobrazovaniye v vedushchikh stranakh Zapada [Media education in the leading Western countries]. – Taganrog : Kuchma, 2005. – 270 p.

9 **Fernández-Ulloa, T.** Teaching media competence in the classroom: television, advertising and film [Text]. In International Journal of Arts & Sciences. – 2013. – 6 (4). – P. 411–436.

10 **Seytkazy, P. B.** Mediapedagogika. [Media pedagogy]. – Astana : Intro Design, 2014. – 197 p.

11 **Zhilavskaya, I. V.** Klassifikatsiya media. Problemy, ponyatiya, kriterii [Classification of media. Problems, concepts, criteria] [Text]. In Bulletin of the Volga University named after V. N. Tatishchev. – 2016. – No. 4. – Volume 2. – P. 15–21.

Материал поступил 29.12.20.

Б. Т. Куаньшева, Р. Ж. Аубакирова

ЖОО-да шетел тілі дайындығы жағдайында студенттердің медиақұзыреттілігін қалыптастыру тәсілдері

Торайғыров университеті,
Қазақстан Республикасы, Павлодар қ.
Материал 29.12.20 баспаға түсті.

B. T. Kuanysheva, R. Zh. Aubakirova

Methods for forming media competence of students in the conditions of foreign language training at the university

Toraighyrov University,
Republic of Kazakhstan, Pavlodar.
Material received on 29.12.20.

Бүгінгі таңда қарым-қатынас тез өзгередіні білдіру формасымен сипатталады және медиа кеңістікті құрайтын сандық ақпараттық тасымалдаушыларға қатты әсер етеді. Медиа-ресурстар жасаған заманауи семиотикалық ландшафт шет тіліндегі білім мазмұнына айтарлықтай әсер етеді. Түпнұсқа материалдарды таңдау талабы шет тілі оқытушыларының назарын медиа ресурстарға аударады. Университетте шет тілін оқып жатқан болашақ маман мұндай жағдайда сөйлеу әрекетінің барлық түрлерінің дағдыларын ғана емес, сонымен қатар алынған білім мен дағдыларды кәсіби қызметте пайдалануға мүмкіндік беретін медиақазнеттіліктің жоғары деңгейін меңгеруі қажет. «Медиа құзыреттілік» ұғымының әртүрлі анықтамаларын талдау оны университетте шет тілін оқытуда білім беру нәтижесі ретінде қолданудың өзектілігін көрсетеді. Медиа құзыреттіліктің қалыптасу ерекшеліктерін түсіну эксперименттік жұмыстың логикасын құруға мүмкіндік береді. Мақалада біз тәжірибелік-эксперименттік жұмыс барысында алынған нәтижелерді ұсынамыз. Деректер медиабілім саласындағы қазіргі заманғы зерттеулерді, сондай-ақ «Торайғыров университеті» КЕАҚ базасында жүргізген қалыптастырушы эксперименттің өзін талдауға негізделген.

Кілтті сөздер: шет тілі, медиа-құралдар, құзыреттілік, университет, оқыту, технологиялар, бәсекеге қабілеттілік.

Communication today is characterized by a rapidly changing form of expression and is experiencing the strongest impact of the digital media that form the media space. The modern semiotic landscape created by media resources has a significant impact on the content of foreign language education. The requirement for the selection of authentic materials draws the attention of foreign language teachers to media resources. A future specialist who studies a foreign language at the university, in these conditions, must not only possess the skills of all types of speech activity, but also a high level of media competence, which will allow using the

acquired knowledge and skills in professional activities. Analysis of various definitions of the concept of «media competence» shows the relevance of its application as educational results in the study of a foreign language at the university. Understanding the specifics of the formation of media competence allows you to build the logic of experimental work. In the article, we present the results obtained in the course of experimental work. The data are based on the analysis of modern research in the field of media education, as well as the actual formative experiment, which we conducted on the basis of the «Toraighyrov University» NJSC.

Keywords: foreign language, media, competence, university, teaching, technology, competitiveness.

Теруге 29.12.2020 ж. жіберілді. Басуға 11.01.2021 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

2,93 Мб RAM

Шартты баспа табағы 38,0.

Таралымы 300 дана. Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген З. С. Исакова

Корректорлар: А. Р. Омарова

Тапсырыс № 3720

Сдано в набор 29.12.2020 г. Подписано в печать 11.01.2021 г.

Электронное издание

2,93 Мб RAM

Усл.п.л. 38,0. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка З. С. Исакова

Корректор: А. Р. Омарова

Заказ № 3720

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

8 (7182) 67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz