

DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-2-382-393

Уровень цифровой грамотности школьника и педагога: компаративистский анализ*

А.А. Ефанов¹, М.А. Буданова², Е.Н. Юдина²

¹Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
ул. Мясницкая, 20, Москва, 101000, Россия

²Московский педагогический государственный университет
просп. Вернадского, 88, Москва, 119571, Россия

(e-mail: yefanoff_91@mail.ru; budanovama@mail.ru; elena_nikolaevna@inbox.ru)

Предмет рассмотрения статьи — цифровая грамотность как основополагающая компонента развития медиакомпетентности. Изучая историю вопроса и анализируя существующие теории, авторы приходят к выводу, что в исследованиях рассматривается цифровая грамотность взрослого населения и не учитываются данные о несовершеннолетних, которые демонстрируют наиболее высокую контактность с медиатехнологиями. С позиций разрабатываемой концепции глубинной медиатизации социального пространства авторы утверждают, что показатели цифровой грамотности школьников должны коррелировать с данными о педагогах, которые, согласно современной образовательной стратегии, фактически ответственны за повышение медиакомпетентности общества — начиная с преподавания медиаориентированных курсов в средней школе. В 2019 году был проведен опрос на тему «Медиакомпетентность школьника и педагога» (N=500+500) в 10 городах Приволжского федерального округа, где зафиксирован самый низкий индекс цифровой грамотности. По результатам компаративистского анализа был выделен ряд проблем в сфере медиаграмотности, в частности цифровой грамотности, основная из которых — цифровой разрыв двух поколений (школьников и педагогов) — свидетельствует о наличии коммуникационного барьера, затрудняющего взаимодействие не только в образовательной среде, но и в социальном пространстве. В то время как учащиеся демонстрируют высокий уровень контактности с современными медиатехнологиями, аналогичные показатели учителей крайне низки, причем не только в профессиональной деятельности, но и в повседневных практиках. Авторы полагают, что обратная корреляция уровня цифровой грамотности школьника и педагога препятствует гармоничному развитию медиакомпетентности российского общества.

Ключевые слова: цифровая грамотность; медиаграмотность; медиакомпетентность; медиапотребление; медиа; Интернет

Современная технологизированная медиасреда предъявляет повышенные требования к уровню цифровой грамотности — «набору знаний и умений, которые необходимы для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов Интернета» [14] — и обеспечивают гармоничное развитие медиакомпетентности. Понятие «цифровая грамотность» ввел в научный оборот П. Гилстер в 1997 году, он же определил критерии ее достижения: «критическое мышление, знание семиосистем, умение работать с ними, навыки поиска нужной информации и инструментов работы с ней, умение быстро

* © Ефанов А.А., Буданова М.А., Юдина Е.Н., 2020.

Статья поступила 23.12.2019 г. Статья принята к публикации 12.02.2020 г.

освоить эти инструменты, умение общаться с другими пользователями, производить информацию в ее разнообразных форматах» [19]. Концепция Гилстера включает в себя четыре компонента — медиаграмотность, информационную грамотность, коммуникативную компетентность и креативную компетентность, которые невозможно рассматривать дискретно. Концепция цифровой грамотности получила развитие в трудах аналитиков Канадского центра цифровой и медиаграмотности «Медиа Смартс», которые рассматривают их через три взаимосвязанных акта — создавать, понимать и использовать [24], в результате чего можно добиться конструктивного социального действия [см. также: 16; 17; 20; 21; 23].

В российской коммуникологии преемником западных традиций в изучении цифровой грамотности стал А.В. Шариков, разработавший модель цифровой грамотности из четырех содержательных полей (квадрант): социогуманитарное (с психологическими и коммуникативными доминантами) и технико-технологическое, а также возможности и угрозы. «Содержательное наполнение выделенных полей формирует уровень цифровой грамотности в современном понимании. Доступ к Интернету необходим, но недостаточен, чтобы пользоваться им с пользой для себя: мало иметь знания, умения, навыки технического характера. Не менее значимы для высокого уровня цифровой грамотности знания, умения и навыки социально-психологического и этического характера, которые позволяют противостоять многочисленным угрозам» [15]. Другие авторы [см.: 2; 18; 25] с позиций социологии профессий обосновывают роль цифровой грамотности в подготовке специалистов и развитии технологизированного общества.

Эмпирические исследования цифровой грамотности в России

Первые попытки системного исследования медиаграмотности с опорой на декларацию Российского комитета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех» предприняли эксперты Исследовательской группы «Циркон», реализовав в 2009–2016 годы проект в рамках государственного контракта «Оценка уровня медиаграмотности населения Российской Федерации» (опрос общенациональной выборки в 1600 человек). Они выделили ряд факторов, влияющих на показатели медиаграмотности в разных регионах: а) уровень экономического развития субъекта РФ; б) средний уровень образования; в) разнообразие источников информации с точки зрения их политического позиционирования; г) уровень политической лояльности электората; д) уровень развития медиасферы (количество и особенности СМИ, доступность цифровых каналов и т.п.). Эксперты подчеркнули «необходимость учитывать региональную дифференциацию и, как следствие, разрабатывать меры государственной политики в сфере развития медиаобразования с учетом региональных особенностей» [10].

Согласно результатам мониторинга в рамках «Международной программы по оценке компетенций взрослого населения» ОЭСР в России

наблюдается отставание в сфере цифровой грамотности — страна занимает 20-е место в мире: по итогам проведенного в 2017–2018 годах опроса (N = 1600) лишь 26% взрослого населения имеют высокий уровень цифровой грамотности [13]. С позиций концепции цифровой экономики аналитики рассматривают цифровую грамотность на макро- (защита от киберугроз и информационных войн, получение цифровых дивидендов в экономике, поддержка социальной стабильности) и микроуровнях (защита персональных данных, конкурентоспособность на рынке труда, доступ к образованию, здравоохранению и государственным услугам). Соответственно, цифровая грамотность включает в себя информационную, компьютерную, коммуникативную, медиаграмотность и отношение к инновациям.

Названные проекты не лишены противоречий, поскольку нынешняя широкая трактовка медиа [см.: 7; 8; 9; 12], включающая традиционные СМИ (печать, радио и телевидение), новые медиа (сетевые издания и каналы), социальные медиа (сети, мессенджеры и блоги), культурные медиаиндустрии (цифровое книгоиздание, кино, музыка, игры, трансмедийные выставки и спектакли) и интерактивные онлайн-ресурсы [4], вопросы, связанные с информационной и компьютерной грамотностью, коммуникативной и креативной компетентностью и, как следствие, отношением к инновациям, в той или иной степени входят в предметное поле медиаграмотности и медиакомпетентности. Таким образом, с позиций разрабатываемой концепции глубинной медиатизации социального пространства, обосновывающей прочное инкорпорирование медиатехнологий во все социальные институты, включая образование [5], наиболее релевантным представляется рассмотрение цифровой грамотности как основы медиаграмотности.

Региональная общественная организация «Центр Интернет-технологий» (РОЦИТ) при поддержке ВЦИОМ, НИУ ВШЭ и Mediascope в 2015 году инициировала долгосрочный исследовательский проект по мониторингу уровня цифровой грамотности населения [1; 22]. Аналитики изучают этот показатель на основе трех составляющих: 1) цифровое потребление (охват фиксированным и мобильным Интернетом; наличие в личном пользовании цифровых устройств; количество сетевых медиа на душу населения; применение социальных медиа; использование госуслуг на цифровых платформах; потребление новостной информации в Сети); 2) цифровые компетенции (умение искать информацию в Интернете, использовать мобильные средства коммуникации, социальные сети, проводить финансовые операции, потреблять товары и услуги через Сеть; способности к критическому восприятию материалов медиа и проверки их на достоверность, а также к производству мульти- и трансмедийного контента); 3) цифровая безопасность (умение и понимание необходимости защиты персональных данных; навыки борьбы с компьютерными вирусами и хакерскими атаками; отношение к пиратскому программному обеспечению и контенту; уровень культуры взаимодействия в социальных сетях; соблюдение этических норм при размещении цифрового контента).

На основе проведенного РОЦИТ онлайн-опроса (N=1600) взрослого населения (квотная выборка, 8 федеральных округов) на интерактивной платформе «Голос Рунета», вторичного анализа данных Mediascope о потреблении социальных медиа и сведений о соотношении зарегистрированных сетевых медиа (Роскомнадзор) и численности населения (Росстат) был составлен Индекс цифровой грамотности. По итогам четвертой «волны» исследования (2018) он составил 4,52 пт. (по 10-балльной шкале), за год уменьшившись на 1,47 (в 2015 году — 4,79, в 2016 — 5,42, в 2017 — 5,99), что обусловлено «увеличением диспропорций между уровнем цифровых компетенций, цифрового потребления и цифровой безопасности россиян. Если в 2015 и 2016 годах цифровые компетенции граждан были их главной уязвимостью, то в 2017 и 2018 годах они вышли на первое место по значению. При этом, по сравнению с прошлыми годами, в знаниях и навыках россиян значительно увеличился разрыв между цифровыми компетенциями и цифровой безопасностью» [6]. Иными словами, повышение уровня цифровой грамотности заставляет пользователей более осознанно относиться к цифровой безопасности — уязвимости персональных данных в Интернете, их защите от хакерских атак, а также потреблению легального контента и официального программного обеспечения.

Были выделены основные тенденции развития цифровой грамотности: совершенствование инфраструктуры и усиление вовлеченности россиян в информационные процессы, рост и расширение спектра цифровых компетенций (от осуществления финансовых операций, получения электронных госуслуг и применения поисковых систем до производства собственного контента). Согласно полученным данным, за три года мобильным Интернетом стали пользоваться на 16% больше россиян (потребление медиапродуктов посредством стационарных компьютеров снижается). Лидирующие позиции занимают Центральный (5,67) и Северо-Западный (7,99) федеральные округа (прежде всего за счет Москвы и Санкт-Петербурга). Положительная динамика отмечена в Дальневосточном (7,32) и Сибирском (4,14) округах. Самый низкий индекс цифровой грамотности — в Приволжском (2,31) и Северо-Кавказском (1,42) округах.

Цифровая грамотность школьника и педагога

Проект по изучению индекса цифровой грамотности не учитывает несовершеннолетних россиян — наиболее активных пользователей медиатехнологий [3]. Мы полагаем, что показатели цифровой грамотности школьников должны коррелировать с данными о педагогах, которые, исходя из утвержденной в 2017 году образовательной стратегии, отвечают за повышение медиакомпетентности населения — начиная с преподавания медиаориентированных курсов в средней школе. В 2019 году мы провели опрос на тему «Медиакомпетентность школьника и педагога» (N=500+500) в 10 городах

Приволжского федерального округа (аутсайдер по развитию цифровой грамотности): Казани, Нижнем Новгороде, Оренбурге, Пензе, Перми, Самаре, Саранске, Саратове, Ульяновске и Уфе. Применялся двухступенчатый стратификационный отбор (сочетание вероятностной и квотной выборки), использовалась анкета, состоящая из 25 вопросов.

Средний возраст принявших участие в опросе педагогов — 36–45 лет; 86% женщин и 14% мужчин; образование — высшее; средний стаж профессиональной деятельности — 10–20 лет. Выборка формировалась из респондентов, работающих в 7–11 классах. 35% специализируются на дисциплинах социально-гуманитарного профиля, 27% — лингвистического, 21% — естественнонаучного, 16% — математического и технического, 10% — творческого, 7% — спортивного и БЖД. Выборку школьников составили учащиеся 7–11 классов (на данном этапе формируются относительно самостоятельные практики медиапотребления): 62% девушек и 38% юношей.

По итогам опросов оказалось, что уровень цифровой грамотности школьника и педагога находится в обратном соотношении: школьники для удовлетворения информационных потребностей обращаются к Интернету (89%), а педагоги по-прежнему отдают предпочтение телевидению (76%) — их медиаповестку обе группы считают объективной и достоверной (Табл. 1–2).

Таблица 1

«К какому из видов медиа Вы чаще всего обращаетесь?»

Варианты ответов	Педагоги	Школьники
Телевидение	76%	7%
Радио	2%	3%
Газеты	3%	0
Журналы	0	0
Интернет	17%	89%
Другое	0	1%

Таблица 2

«Какой из видов медиа, по Вашему мнению, дает наиболее объективную и проверенную информацию?»

Варианты ответов	Педагоги	Школьники
Телевидение	81%	6%
Радио	4%	10%
Газеты	3%	1%
Журналы	1%	0
Интернет	11%	80%
Другое	0	3%

В ответах двух групп о медиа, репрезентирующих наиболее непроверенную и ложную информацию, была выявлена обратная закономерность: если школьники таковым считают телевидение (69%), то педагоги — Интернет (72%) (Табл. 3), т.е. можно выделить, соответственно, «поколение Интернета» и «поколение телевидения», которые имеют дифференцированные медиапрактики.

Таблица 3

«Какой из видов медиа, по Вашему мнению, дает наиболее непроверенную и ложную информацию?»

Варианты ответов	Педагоги	Школьники
Телевидение	14%	69%
Радио	4%	2%
Газеты	8%	12%
Журналы	2%	3%
Интернет	72%	14%

Вполне показательными можно считать ответы педагогов о стремлении к верификации, полученной через медиаинформации: «Да, всегда» — 8%; «Да, иногда» — 19%; «Нет» — 46%. Школьники, напротив, преимущественно пытаются перепроверить полученные сведения: «Да, всегда» — 36%; «Да, иногда» — 34%; «Нет» — 25%. Ответы двух групп на следующий вопрос позволили уточнить их позиции относительно необходимости фактчекинга: школьники подчеркивают, что при получении информации необходимо руководствоваться принципом использования разных источников и каналов и после ее изучения формировать собственную позицию (68%), а педагоги (57%) предпочитают ориентироваться исключительно на один источник, который давно присутствует на медиарынке и зарекомендовал себя (Табл. 4).

Таблица 4

«Каким принципом Вы обычно руководствуетесь при получении информации посредством медиа?»

Варианты ответов	Педагоги	Школьники
Обращаюсь исключительно к одному источнику, который давно присутствует на медиарынке и зарекомендовал себя, полагаюсь на его повестку дня	57%	18%
Обращаюсь исключительно к государственным медиа, повестка дня которых контролируется	24%	2%
Обращаюсь исключительно к коммерческим медиа, повестка дня которых отличается свободой выражения	6%	12%
Стремлюсь получать информацию из разных источников и каналов и на их основе формировать собственную позицию	12%	68%
Другое	1%	0

Помимо оценки медиакомпетентности групп опрос позволил понять мотивацию использования медиатехнологий: школьники стремятся удовлетворить личные интересы и потребности (67%), для педагогов характерно сочетание личных и профессиональных интересов и потребностей (47%) (Табл. 5).

Таблица 5

«С какой целью Вы, в первую очередь, обращаетесь к медиа?»

Варианты ответов	Педагоги	Школьники
Личные интересы и потребности	27%	67%
Профессиональные/учебные интересы и потребности	25%	11%
Личные и профессиональные/учебные интересы и потребности	47%	20%
Другое	1%	2%

При этом если при использовании ресурсов Интернета школьникам при- суща относительная равнозначность информационных (27%), развлекательных (30%) и познавательных потребностей (29%), то педагоги руководствуются пре- имущественно профессиональными потребностями (74%) (Табл. 6).

Таблица 6

«По Вашему мнению, какие интересы и потребности, в первую очередь, позволяет удовлетворять Интернет?»

Варианты ответов	Педагоги	Школьники
Информационные	11%	27%
Развлекательные	9%	30%
Познавательные	2%	29%
Образовательные	4%	5%
Профессиональные/учебные	74%	9%

Однако педагоги отмечают, что применяют социальные сети и мессен- джеры как в профессиональной, так и в личной коммуникации (62%) (веро- ятно, для оперативной связи как с родными и близкими, так и с учениками, их родителями и коллегами продуктивным считается использование этих ре- сурсов), хотя 21% респондентов вообще к ним не обращается в повседневной жизни (Табл. 7).

Таблица 7

«Используете ли Вы социальные сети и мессенджеры и в каких целях?»

Варианты ответов	Педагоги	Школьники
Да, в личных целях	9%	56%
Да, в профессиональных/учебных целях	5%	8%
Да, и в личных, и в профессиональных/учебных целях	62%	34%
Нет	21%	1%
Затрудняюсь ответить	3%	1%

Кроме того, педагоги не часто обращаются к интерактивным многофунк- циональным ресурсам (типа «Портала госуслуг», «Сбербанка Online» и пр.): постоянно это делают 32%, редко — 44%, не используют — 19%.

Если школьники активно следят за блогами и актуальными YouTube- каналами (93%), то среди педагогов таковых оказалось 28% (Табл. 8).

Таблица 8

«Следите ли Вы за современными блогами и актуальными YouTube-каналами?»

Варианты ответов	Педагоги	Школьники
Да, постоянно	28%	93%
Да, редко	14%	4%
Нет	56%	3%
Затрудняюсь ответить	7%	0

Вопрос об осведомленности относительно медиапредпочтений учеников обнажил главную медиаобразовательную коллизию — только 36% педагогов знают, какими медиа интересуются школьники, 55% не знают, 8% затруднились

ответить на вопрос. Особый интерес представляют ответы педагогов на вопросы об использовании медиа в профессиональной деятельности: только 18% делают это постоянно, 26% — редко, не применяют — 48%, т.е. речь идет о низкой медиакомпетентности. При этом около половины из тех, кто ответил отрицательно, отметили, что используют на занятиях видеоролики и дополнительные материалы из Интернета (Табл. 9), что также свидетельствует о недостаточной медиакомпетентности педагогов — о непонимании ими структуры современной медиасистемы.

Таблица 9

«Что из продуктов медиа Вы чаще всего используете в педагогической деятельности?»

Варианты ответов	Педагоги
Отрывки из телепередач	7%
Отрывки из радиопередач	2%
Статьи из газет и журналов	11%
Видеоролики из Интернета	23%
Дополнительные материалы (научные и педагогические разработки) в Интернете	34%
Не использую	23%

Результаты компаративистского анализа позволили выделить основные проблемы в сфере медиаграмотности и, в частности, цифровой грамотности, которые с большой долей вероятности можно эксплицировать на все российское население: 1) низкий уровень теоретической подготовки (основа медиакомпетентности) педагогов, имеющих значительный опыт практической деятельности, но не обладавших ранее возможностью получить необходимые медиазнания и потому сегодня не способных в полной мере соответствовать динамично меняющимся требованиям к профессии; 2) отсутствие устойчивых повседневных медиапрактик, что проявляется в отсутствии навыков верификации информации и неспособности ориентироваться в медиaprостранстве, понимаемом сегодня значительно шире, чем мир традиционных СМИ; 3) низкий уровень институционализации и профессиональной рефлексии при использовании медиаобразовательных методов в педагогической деятельности; 4) пассивность в сфере онлайн-коммуникаций, проявляющаяся в том числе в непонимании, каким образом включение в медиасреду позволит учителю повышать квалификацию, заниматься профессиональным саморазвитием и поддерживать контакты с учащимися в режиме реального времени; 5) цифровой разрыв двух поколений — учащихся и обучающихся — формирует коммуникационный барьер, затрудняющий взаимодействие в образовательной среде.

Таким образом, обратная корреляция уровней цифровой грамотности школьника и педагога — основная коллизия, препятствующая гармоничному развитию медиакомпетентности общества. Если ученики демонстрируют высокие показатели, то их педагоги (ответственные за реализацию медиаобразовательной стратегии в школе), напротив, проявляют низкий уровень

цифровой грамотности и медиапотребления как в повседневных практиках, так и в профессиональной деятельности. Преодоление этой коллизии возможно посредством программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки по направлению «Медиаобразование», сочетающих теоретический, исследовательский и прикладной компоненты. Первый такой проект — программа ДПО «Развитие цифровой среды в образовании», реализуемая НИТУ МИСиС при поддержке портала федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. Цель программы — «развитие обобщенной трудовой функции» в сферах цифровой грамотности и тьюторинга мультимедийных проектов, информационно-коммуникационных и интерактивных технологий [11]. Несмотря на то, что программа и ее потенциальные аналоги пока не получили широкого распространения, сам факт их появления свидетельствует о позитивной тенденции в развитии цифровой грамотности, повышении медиакомпетентности и, как следствие, институционализации медиаобразования. Безусловно, такие программы требуют государственной поддержки (на уровне профильных министерств и ведомств для разработки стандартов) для своей системной реализации на разных образовательных уровнях.

Библиографический список

- [1] *Давыдов С.Г., Логунова О.С.* Проект «Индекс цифровой грамотности»: методические эксперименты // *Социология*: 4М. 2015 № 40.
- [2] *Давыдов С.Г., Логунова О.С., Шариков А.В.* Цифровая грамотность российских регионов: индустриальный взгляд // XVII Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества / Отв. ред. Е.Г. Ясин. Кн. 3. М., 2017.
- [3] *Ефанов А.А.* Влияние поколения Z на функционирование института медиа: прогностическая модель // *Информационное общество*. 2019. № 3.
- [4] *Ефанов А.А.* «И физики, и лирики»: детерминанты современного медиаобразования // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2019. № 1.
- [5] *Ефанов А.А.* О понятийном аппарате современной коммуникологии // *Материалы XVI Всероссийской конференции «Современные дискурсы социологической теории и практики»*. М., 2019.
- [6] Индекс цифровой грамотности россиян в 2018 году снизился на 14,7 % // <http://цифроваяграмотность.рф/news/47>.
- [7] *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
- [8] *Луман Н.* Медиа коммуникации. М., 2005.
- [9] *Маклюэн Г.М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.
- [10] Отчет по государственному контракту № 0410/118 от 29.09.2016 «Оценка уровня медиаграмотности населения РФ в соответствии с методикой, утвержденной Приказом Минкомсвязи России от 30.12.2014 № 505, в разрезе субъектов РФ» // http://www.zircon.ru/upload/iblock/b14/otsenka-urovnya-mediagramotnosti-naseleniya-v-razreze-subektov-rossiyskoy-federatsii-10-regionov.pdf?sphrase_id=5529.
- [11] Программа ДПО «Развитие цифровой среды в образовании» // remote.misis.ru/courses/353/files/19052/download.
- [12] *Рашкофф Д.* Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М., 2003.

- [13] Цифровая грамотность для экономики будущего // <https://finopolis.ru/materials-of-forum/2018/%D0%90%D0%B9%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2.pdf>.
- [14] Цифровая грамотность: что это // <http://цифроваяграмотность.рф>.
- [15] Шариков А.В. О четырехкомпонентной модели цифровой грамотности // Журнал исследований социальной политики. 2016. № 1.
- [16] Alcock M., Fisher M.L., Hargadon S. *Mastering Digital Literacy*. Bloomington, 2014.
- [17] Banzato M. *Digital Literacy: Cultura ed Educazione per la Societa Della Conoscenza*. Milan, 2011.
- [18] Davydov S., Maltseva D., Sharikov A., Logunova O., Zadorin I. *Digital literacy concepts and measurement // Internet in Russia: a Study of the Runet and its Impact on Social Life*. Luxembourg, 2020.
- [19] Gilster P. *Digital Literacy*. New York, 1997.
- [20] Ilomaki L., Lakkala M., Kantosalu A. *What is digital competence?* Brussels, 2011.
- [21] Jenkins H., Purushotma R., Weigel M. *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century* // John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning. Cambridge–London, 2009.
- [22] Logunova O. *Data vs big data: Methodological experiments and research ethics in the project 'Index of Digital Literacy'* // *Russian Journal of Communication*. 2017. Vol. 9. № 3.
- [23] Martin A. *DigEuLit — a European framework for digital literacy: A progress report* // *Journal of eLiteracy*. 2005. Vol. 2.
- [24] *Media Smarts: Canada's Centre for Digital and Media Literacy* // <http://mediasmarts.ca>.
- [25] Shmatko N., Volkova G. *Willingness of Russian researchers to digital transformation: Basic digital literacy and advanced skills* // *Culture and Education: Social Transformations and Multicultural Communication*. M., 2019.

DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-2-382-393

Digital literacy of schoolchildren and teachers: A comparative analysis*

A.A. Yefanov¹, M.A. Budanova², E.N. Yudina²

¹National Research University Higher School of Economics
Myasnitskaya St., 20, Moscow, 101000, Russia

²Moscow State Pedagogical University
Vernadskogo Prosp., 88, Moscow, 119571, Russia

(e-mail: yefanoff_91@mail.ru; budanovama@mail.ru; elena_nikolaevna@inbox.ru)

Abstract. The article considers digital literacy as a fundamental component of the media competence development. The study of the history of the issue and analysis of the existing theories showed that the research focus on the digital literacy of the adult population and do not take into account minors who demonstrate the highest interest in media technologies. The authors develop a theory of the deep mediation of the social space and argue that the indicators of digital literacy of schoolchildren should correlate with the data on teachers, who, according to the contemporary educational strategy, are responsible for increasing the media competence of society — starting from the media-oriented courses in school. In 2019, the authors conducted a survey “Media competence of schoolchildren and teachers”

* © A.A. Yefanov, M.A. Budanova, Y.N. Yudina, 2020.

The article was submitted on 23.12.2019. The article was accepted on 12.02.2020.

(N=500+500) in 10 cities of the Volga Federal District with the lowest digital literacy index. Based on the results of the comparative analysis, the article identifies a number of challenges in the field of media literacy, in particular digital literacy, and the main one is the digital divide between two generations (schoolchildren and teachers), which indicates a communication barrier that hinders interaction not only in education, but also in the social space. While schoolchildren demonstrate high interest in media technologies, their teachers seem not to be interested in media technologies not only in professional activities but also in everyday life. The authors believe that the inverse correlation of the digital literacy levels of schoolchildren and teachers prevents the harmonious development of the media competence in the Russian society.

Key words: digital literacy; media literacy; media competence; media consumption; media; Internet

References

- [1] Davydov S.G., Logunova O.S. Proekt “Indeks tsifrovoy gramotnosti”: metodicheskie eksperimenty [Project “Digital Literacy Index”: Methodological experiments]. *Sociology: 4M*. 2015; 40 (In Russ.).
- [2] Davydov S.G., Logunova O.S., Sharikov A.V. Tsifrovaya gramotnost rossijskikh regionov: industrialny vzglyad [Digital literacy of the Russian regions: An industrial perspective]. XVII Aprelskaya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya po problemam razvitiya ekonomiki i obshchestva. Otv. red. E.G. Yasin. Book 3. Moscow; 2017 (In Russ.).
- [3] Yefanov A.A. Vliyanie pokoleniya Z na funktsionirovanie instituta media: prognosticheskaya model [Influence of generation Z on the media institute functioning: A prognostic model]. *Informatsionnoe Obshchestvo*. 2019; 3 (In Russ.).
- [4] Yefanov A.A. “I fiziki, i liriki”: determinanty sovremennogo mediaobrazovaniya [‘Physics and lyrics’: Determinants of the contemporary media education]. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*. 2019; 1 (In Russ.).
- [5] Yefanov A.A. O ponyatijnom apparate sovremennoj kommunikologii [On the conceptual apparatus of contemporary communicology]. *Materialy XVI Vserossiyskoy konferentsii “Sovremennye diskursy sotsiologicheskoy teorii i praktiki”*. Moscow; 2019 (In Russ.).
- [6] Indeks tsifrovoy gramotnosti rossiyan v 2018 godu snizilsya na 14,7% [In 2018, the Digital Literacy Index of the Russians decreased by 14,7%]. <http://цифроваяграмотность.рф/news/47> (In Russ.).
- [7] Castells M. *Informatsionnaya epoha: ekonomika, obshchestvo i kultura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow; 2000 (In Russ.).
- [8] Luhmann N. *Media kommunikatsii* [Media Communications]. Moscow; 2005 (In Russ.).
- [9] McLuhan H.M. *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man]. Moscow; 2003 (In Russ.).
- [10] Otchet po gosudarstvennomu kontraktu № 0410/118 ot 29.09.2016 “Otsenka urovnya mediagramotnosti naseleniya RF v sootvetstvi s metodikoj, utverzhdennoj Prikazom Minkomsvyazi Rossii ot 30.12.2014 № 505, v razreze subiektov RF” [Report on the State Contract No. 0410/118 of September 29, 2016 “Estimates of the media literacy of the Russian population, according to the methodology approved by the Order of the Russian Ministry of Communications of December 30, 2014 No. 505, by the subjects of the Russian Federation”]. http://www.zircon.ru/upload/iblock/b14/otsenka-urovnya-mediagramotnosti-naseleniya-v-razreze-subiektov-rossiyskoy-federatsii-10-regionov.pdf?sphrase_id=5529 (In Russ.).
- [11] Programma DPO “Razvitie tsifrovoy sredy v obrazovanii” [Program of the additional professional education “Development of the Digital Environment in Education”]. remote.misis.ru/courses/353/files/19052/download (In Russ.).
- [12] Rushkoff D. *Kak pop-kultura tajno vozdejstvuet na vashe soznanie* [Media Virus. Hidden Agendas in Popular Culture]. Moscow; 2003 (In Russ.).
- [13] Tsifrovaya gramotnost dlya ekonomiki budushchego [Digital Literacy for the Future Economy]. <https://finopolis.ru/materials-of-forum/2018/%D0%90%D0%B9%D0%BC%>

- D0%B0%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0 % B4% D0% B8% D0% BD% D0% BE% D0% B2.pdf (In Russ).
- [14] Tsifrovaya gramotnost: chto eto [Digital Literacy: what it is]. <http://цифроваяграмотность.рф> (In Russ.).
- [15] Sharikov A.V. O chetyrekhkomponentnoj modeli tsifrovoj gramotnosti [On the four-component model of digital literacy]. *Zhurnal Issledovaniy Sotsialnoy Politiki*. 2016; 1 (In Russ.).
- [16] Alcock M., Fisher M.L., Hargadon S. *Mastering Digital Literacy*. Bloomington; 2014.
- [17] Banzato M. *Digital Literacy: Cultura ed Educazione per la Societa Della Conoscenza*. Milan; 2011.
- [18] Davydov S., Maltseva D., Sharikov A., Logunova O., Zadorin I. Digital literacy concepts and measurement. *Internet in Russia: A Study of the Runet and Its Impact on Social Life*. Luxembourg; 2020.
- [19] Gilster P. *Digital Literacy*. New York; 1997.
- [20] Ilomaki L., Lakkala M., Kantosalo A. *What is Digital Competence?* Brussels; 2011.
- [21] Jenkins H., Purushotma R., Weigel M. Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. *John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning*. Cambridge–London; 2009.
- [22] Logunova O. Data vs big data: Methodological experiments and research ethics in the project ‘Index of Digital Literacy’. *Russian Journal of Communication*. 2017; 9 (3).
- [23] Martin A. DigEuLit — a European framework for digital literacy: A progress report. *Journal of eLiteracy*. 2005; 2.
- [24] Media Smarts: Canada’s Centre for Digital and Media Literacy. <http://mediasmarts.ca>.
- [25] Shmatko N., Volkova G. Willingness of Russian researchers to digital transformation: Basic digital literacy and advanced skills // *Culture and Education: Social Transformations and Multicultural Communication*. Moscow; 2019.