Диндилевич Е.М., Кух А.М.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ СМИ В ХОДЕ АКТИВНОЙ ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ-ФИЗИКОВ

В данной статье рассмотрены применения различных средств масс-медиа при подготовке будущих учителей физики к прохождению активной педагогической практики. Показаны преимущества применения различных средств обучения.

Ключевые слова: масс-медиа, студент, урок, физика, компьютер, технологии.

Dindilevych E.M, Kuh A.M.

USE OF MEDIA DURING ACTIVE PRACTICE PHYSICS STUDENTS

In this article the use of different media in the preparation of future teachers of physics to the passage of active teaching practice. The advantages of using different teaching methods.

Key words: media, student, lesson, physics, computer technology.

УДК 378.091.313: [004.358+070] **Курган К. С.**

ТИПОЛОГІЯ МЕДІАТЕКСТІВ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ СТУДЕНТІВ

У статті порушено проблему типології медіатекстів у контексті формування медіаграмотності студентів, розглянутої як здатність ефективно взаємодіяти з потоками інформації в сучасному медіарозвиненому суспільстві.

Ключові слова: медіаосвіта, медіатекст, масова комунікація, медіаграмотність.

Як відомо, з удосконаленням засобів зв'язку і збільшенням обсягу інформації пов'язано виникнення явища, яке отримало назву "масова комунікація", що протягом тривалого часу є об'єктом уваги дослідників найрізноманітніших наукових напрямів – комунікативна лінгвістика, соціологія комунікації, прагмалінгводидактика, прикладна психологія, інформатика тощо. Звичайно, сьогодні не уявляється можливим створити інтегрований простір знань без залучення ЗМІ, які слугують інструментом вилучення й використання інформації не лише в межах освітнього середовища, а й зі світової інформаційної мережі. За таких умов перед вітчизняною педагогічною спільнотою гостро постають проблеми використання віртуального інтегрованого простору знань у навчально-виховному процесі, формування медіаграмотних особистостей, спроможних адекватно взаємодіяти з потоками інформації (Н. Духаніна, М. Гриневич, А. Моргун, Г. Недоходюк, Г. Онкович, Б. Потятинник, І. Чемерис, та ін.).

Означені проблеми вирішуються в межах відносно нової для української педагогіки освітньої парадигми – медіаосвіти, як процесу "розвитку й саморозвитку особистості на матеріалах та за допомогою засобів масової комунікації", що "покликана формувати культуру комунікації, вміння усвідомлено сприймати, критично осмислювати, інтерпретувати медіатекст з метою розширення загальних, соціокультурних та професійно значущих знань, комунікативних та творчих здібностей" [5, с.10]. Зазначимо, що визнаними світовими лідерами в галузі медіаосвіти (англ. "media education") сьогодні залишаються Англія, США, Франція, Канада, Австралія, країни, де питання теорії і практики оволодіння сучасними засобами масової комунікації інтегровані в систему національної обов'язкової медіаосвіти. "Медіосвіта" (Англія, США, Канада) або ще "медіапедагогіка" (Німеччина) скерована на підготовку молоді до життя в нових інформаційних умовах, критичне сприйняття інформації, навчання механізмів психологічного дистанціювання та захисту від небажаних впливів і навіювання ЗМІ. Водночас різні країни світу створюють власний варіант медіаосвітніх технологій з акцентом на національні особливості навчання і виховання. В Україні ж медіаосвіта не набула державного статусу, її запровадження здійснюється хіба що

на рівні окремих педагогічних інновацій або експерименту. Потребують, на нашу думку, наукової усталеності та обґрунтування терміни "медіакомпетентність", "медіаграмотність", "медіакультура", "медіадидактика", "медіапростір" крізь призму самобутності національної медіаосвіти.

Медіаосвіта, не маючи чіткої професійної спрямованості, як правило, інтегрується в різні сфери освітньої діяльності, а основним засобом формування загальної медіаграмотності як наслідку запровадження медіаосвіти виступає медіатекст. Метою цієї статті є розгляд медіатекстів як унікальних засобів інтерпретації і репрезентації реальності, а завданням дослідження проблеми типологізації медіатекстів у контексті формування медіаграмотності студентів.

Сучасна мовна особистість живе в інформаційному просторі медіатекстів, які фіксують реальні події, змінювані соціокультурні умови соціуму. Відтак опрацювання медіатексту – важливий етап у формуванні медіаграмотності мовної особистості студента – комплексного поняття, що відображає вимоги і потреби сучасної медійної освіти. Медіатекст, на відміну від звичайного тексту, – це інтегративне утворення, витвір масово-інформаційної діяльності та масової комунікації, що має на меті вплинути, переконати. Таким чином, медіатекст можливо потлумачити як особливий різновид інформаційного і впливового дискурсу. Крім того, найбільш узагальнювальним і затребуваним науковою спільнотою поняттям на позначення текстів масової комунікації виявився і термін "медіатекст" поряд із суміжними "мас-медійний текст", "газетний текст", "публіцистичний текст", "рекламний текст", "інтернет-текст" і т. ін. Водночас, що стосується самого обсягу медіатекстів, то звідси випливає висновок про те, що все задіяне у сфері ЗМІ може цілком уміститися в межах цього поняття, і, як уважає М. Ю. Казак, "свою пояснювальну силу термін набуває при інтерпретації медіатексту як сукупного продукту трьох глобальних підсистем масової комунікації: журналістики, PR і реклами" [4].

Сьогодні й медіадослідники Г. П. Бакулєв, В. Г. Костомаров поділяють на "традиційні" (книгодрукарня, преса, радіо, звукопис, кінематограф, телебачення) й сучасні або "нові" (відео, мобільні телефони, CD, DVD, комп'ютер, Інтернет). Зокрема Г. П. Бакулєв зазначає, що основні риси, котрі вирізняють "нові медіа" від "старих": децентралізація, висока пропускна спроможність, інтерактивність, гнучкість форми, змісту й використання інформації" [1, с.3]. Не випадково з ними пов'язують поняття мультимедійності і гіпертексту. Так, дослідник Я. М. Засурський тлумачить медіатекст як "новий комунікаційний продукт", особливістю якого є можливість включення у різні медійні структури вербального, візуального, мультимедійного планів, а також у різні медійні обставини: газети та журнали, радіо та телебачення, Інтернет та мобільний зв'язок [3, с. 6].

Проблема типології медіатекстів і виокремлення їх категорій на змістовому, структурно-композиційному, жанрово-стилістичному мовному рівнях, що можуть бути покладені в основу змісту, методів і прийомів формування медіаграмотності студентів залишається в лінгвістиці тексту поки що відкритою (Н. С. Валгіна, Т. Г. Добросклонська, Г. С. Мельник, Г. Я. Солганік, Н. В. Чичеріна). Аналіз наявних типологій засвічує, що при їх розробці дослідники спираються на різні критерії. Так, Н. В. Чичеріна з цього приводу зазначає, що Г. С. Мельник класифікує медіатексти за їх упливом на аудиторію, на думку ж І. В. Рогозіної, істотними для виділення певного типу тексту є дві групи факторів – зовнішні, або екстралінгвістичні, і внутрішні, або лінгвоментальні. Між зазначеними групами факторів існує міцний взаємозв'язок, адже зовнішні фактори здійснюють найбезпосередніший уплив на тип тексту, детермінуючи внутрішні ознаки типу тексту.

Досить цікаву класифікацію медіатекстів пропонує В. В. Прозоров, [6, с. 160] поклавши в її основу тріаду поетичних родів. Дослідник співвідносить епос – лірику – драму із основними різновидами сучасних засобів масової інформації: друкованим текстом, радіо і телебачення. Друкований текст співвіднесений з епосом на підставі головного об'єкта зображення – зовнішні динамічні події. У свою чергу, радіотекст поєднано з лірикою, оскільки обидва жанри більше впливають на уяву і фантазію. Телевізійний текст має

діалогічну активність, тож його логічно співвіднесено з драмою. Варто відзначити, що запропонована дослідником класифікація натомість має вагомий недолік, оскільки в ній не подані комп'ютерні медіатексти, що побутують в Інтернеті, тож важлива частина медіатекстів залишилася поза увагою дослідника.

На нашу думку, більш придатною для цілей нашого дослідження видається класифікація медіатекстів, розроблена в роботах Т. Г. Добросклонської. Розглядаючи медіатекст як багаторівневе утворення, вчена будує типологію з використанням усталеної системи параметрів:

1) спосіб створення тексту (авторський – колегіальний); 2) форма творення (усна – писемна); 3) форма відтворення (усна – писемна); 4) канал розповсюдження (носії: друк, радіо, телебачення, Інтернет); 5) функціонально-жанровий тип тексту (новини, коментар, інформаційна аналітика, текст-нарис, реклама); 6) тематична домінанта [2, с.30].

За способом створення, згідно з цією класифікацією, медіатексти поділено на авторські та колегіальні. Авторські, на нашу думку, є носіями більш суб'єктивного погляду, адже в зазначених текстах подане особисте бачення порушеної проблеми, що унеможливлено в текстах, які за способом створення кваліфікують як колегіальні. При колегіальному (корпоративному) створенні тексту, автором виступає не одна людина, а декілька, що зменшує суб'єктивність подання подій чи явищ, які є предметом зображення, тож, такі тексти тяжіють до об'єктивності зображуваного.

Як видно із запропонованих параметрів, в описі медіатекстів два складники – створення і відтворення – мають однакові еквіваленти в усній та письмовій формах. На думку дослідниці Т. Г. Добросклонської, такий підхід якнайкраще відображає специфіку побутування деяких видів інформації в медіатекстах. Прикладом таких медіатекстів може бути телевізійне інтерв'ю, надруковане згодом у газеті чи журналі, де одна і та сама інформація з усної форми створення медіатексту перейшла у писемну форму відтворення. Однак, на нашу думку, цей критерій при класифікації медіатекстів не відтворює повністю всіх складових означених одиниць, адже при його використанні не враховано однієї з основних можливостей гіпертексту – інтерактивне розгалуження. Зрештою, за функціонально-жанровою приналежністю дослідниця виокремлює чотири типи медіатекстів: новини, інформаційна аналітика, коментар, текст-нарис. Однак, зважаючи на усталену термінологію, вважаємо за доцільне долучитися до позиції Н. В. Чичеріної щодо визначення функціонально-жанрових типів медіатекстів – інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні та рекламні [6, с. 164]. Ще одним параметром розглядуваної типології за Т. Г. Добросклонською є тематична домінанта – приналежність до того чи того медіатопіку. Як зазначає дослідниця, засоби масової інформації впорядковують картину світу, що динамічно змінюється за допомогою стійкої системи так званих медіатопіків" [2, с. 33].

Сумуючи викладене, відзначимо, що медіаосвіта є інноваційною інформаційною технологією навчання, пропонуючи широкий спектр медіаосвітніх технологій (пресолінгводидактика, кінодидактика, теледидактика, мультимедіадидактика). Результатом медіаосвіти є набуття студентами загальної медіаграмотності. Медіатексти, як основний засіб її формування, повинні бути інтегровані в навчально-виховний процес вишу, відображаючи все різноманіття сучасних інформаційних потоків. При використанні текстів сучасної медіакультури в процесі викладання філологічних дисциплін слід орієнтуватися на типологію медіатекстів (авторські/колегіальні; за формою створення і відтворення; за каналом розповсюдження – друковані ЗМІ, радіо- чи телетексти, Інтернет-тексти; інформаційні/аналітичні/художньо-публіцистичні/рекламні). Перспективу запровадження медіаосвіти вбачаємо в можливостях її інтегрування до багатьох фахових дисциплін з метою створення віртуального інтегрованого простору знань.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бакулев Г. П. Новые медиа: теория и практика / Г. П. Бакулев. – М.: Изд-во КЛМ, 2008. – 137с.

2. Добросклонская Т. Г. Медиатекст: теория и методы / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия: Журналистика. – М., 2005.-№2. – С. 28-34.
3. Засурский Я. Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия: Журналистика. – М., 2005. – №2. – С. 6-7.
4. Казак М. Ю. Медиатекст: сущностные и типологические свойства [электронный ресурс] / М. Ю. Казак // Глобальный медиажурнал. – Том 2. – Вып.1 – Режим доступа: http://www. gmj. sfedu. ru / v2il/ v2il_kazak.htm
5. Онкович Ганна. Віртуальний інтегрований простір знань і засоби освіти / Г. Онкович // Педагогічні науки: Збірник наукових праць. – Полтава, 2010. – Вип.2. – С.10-15.
6. Прозоров В. В. Власть современной журналистики или СМИ наяву / В. В. Прозоров. Саратов: Издательство СГУ, 2004. – 240с.
7. Чичерина Н. В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности / Н. В. Чичерина // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. Серия: Общественные науки (философия, языкознание, литературоведенье, культурология, экономика, право, история, социология, педагогика, психология). – С.-Пб, 2007. – №9 (47). – С. 159-166.

Курган К.С.

ТИПОЛОГИЯ МЕДИАТЕКСТОВ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ СТУДЕНТОВ

В статье рассматривается проблема типологии медиатекстов в контексте формирования медиаграмотности студентов, понимаемой как способность эффективно взаимодействовать с потоками информации в современном медиаразвитом обществе.

Ключевые слова: медиаобразование, медиатекст, массовая коммуникация, медиаграмотность.

Kurgan K.S.

TYPOLOGY OF MEDIA TEXTS AS A BASIS FOR MEDIA LITERACY FORMATION OF STUDENTS

The article considers the problem of typology of media texts in the context of developing media literacy formation of students understood as the ability to interact effectively with the flows of information in the modern media-saturated society.

Key words: media education, media texts, mass communication, media literacy.

УДК 37.036:004 **Олійник Ю.І.**

ПИТАННЯ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ

Стаття присвячена питанням впливу інформаційно-комунікаційних технологій на навчальне середовище в галузі мистецької освіти та проблематиці їх застосування у якості професійного мистецького інструменту.

Ключові слова: інформатизація освіти, навчальне середовище, інформаційно-комунікаційні технології.

Інформатизація суспільства є однією із закономірностей сучасного процесу його розвитку. Оволодіння масивами і потоками інформації за допомогою нових спеціалізованих технологій перетворилося на широкомасштабний проект інформатизації суспільства.

Процес інформатизації суспільства сьогодні – це об'єктивне явище, що обумовлює створення пов'язане з підвищенням ролі і впливу інтелектуальних видів діяльності. А відтак інформатизація освіти, як невід'ємна складова інформатизації суспільства має забезпечити функціонування людини в умовах існуючого сучасного інформаційного простору і, перш за