

Науково-дослідна робота з проблем української філології і лінгводидактики (Матеріали III студентсько-викладацького науково-методичного семінару, 20 травня 2011 р.). — Житомир: Видавництво ЖДУ ім. І. Франка, 2011. — 111 с.

Климова К.Я.,

кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри філології і лінгводидактики

Засоби медіа-дидактики у процесі навчання і самонавчання української мови студентів-нефілологів педагогічних ВНЗ

Компетентний учитель, який характеризується високим рівнем сформованості знань з української мови та відповідними уміннями і навичками їх використання у різних комунікативних ситуаціях, повинен відчувати себе не просто свідомим реципієнтом, а медіатором — лідером громадської думки. У контексті інтерактивного українськомовного навчання студентів нефілологічних спеціальностей педагогічних університетів доцільно розглянути проблему використання засобів медіа-дидактики.

Потужним джерелом мовно-мовленнєвого навчання та самонавчання майбутніх учителів є мас-медіа — засоби масової комунікації (ЗМК). Цей термін вживається поряд з аббревіатурою ЗМІ, поступово її витісняючи. Найточніше, на нашу думку, визначає поняття *мас-медіа* український історик і психолог О. Баришполець в "Енциклопедії освіти" (2008 р.): "засоби поширення соціокультурної інформації, розрахованої на масового споживача" [1 : 474].

Як важіль суспільної думки, мас-медіа здатні впливати на розум і почуття широких верств населення і навіть маніпулювати ними. Візуально-образні ЗМІ, на думку В. Кременя, можуть "немовби нав'язувати індивіду конкретне, образне сприйняття інформації, яке раціонально контролюється ним меншою мірою, що утворює колосальні можливості для маніпулювання свідомістю" [2 : 28]. Позитивні і негативні характеристики сучасних засобів масової комунікації окреслила О. Рудницька: "Мас-медіа з їх величезною інформаційною насиченістю, кількістю каналів, оперативністю дії суттєво вплинули на характер прилучення людини до явищ культури, масове споживання якої перетворилось на самостійну сферу суспільного життя. Поряд із позитивними ситуаціями доступності культурної інформації це спричинило й негативні наслідки у розвитку духовної сфери ... " [3 : 51-52]. Порятунком від культурного зубожіння, на думку вченої, є звертання молоді до зразків національної культури, українського фольклору, до творів класичної художньої літератури.

Беручи до уваги дослідження вітчизняних і зарубіжних соціологів, психологів і педагогів з проблеми шкідливого впливу "масової культури" через ЗМІ на свідомість людини, слід підкреслити важливу роль радіо- і телемовлення у соціалізації сучасної молоді людини, у її професійному особистісному зростанні. Дослідники виділяють основні функції ЗМІ у

суспільному житті: комунікативну, організаційну (журналістика як "четверта влада" у суспільстві), ідеологічну (вплив на світогляд і формування ціннісних орієнтирів у суспільстві), культурно-просвітницьку, пізнавальну, рекламно-довідкову, рекреативну (розважальну), естетичну [4 : 190].

Формування мовнокомунікативної професійної компетентності майбутнього вчителя повинно відбуватися з урахуванням усіх факторів, що впливають на його духовний світ і зумовлену ним комунікативну поведінку. Йдеться, зокрема, про культурологічний чинник. Формуючи культуру вербальної професійної комунікації майбутніх учителів, слід взяти до уваги те, що вони певну частину свого часу приділяють неформальному спілкуванню. Із цього приводу доречно звернутися до праць вітчизняних та зарубіжних психологів у площині взаємодії *медіа-культури* і молодіжних субкультур. Так, Н. Череповська розглядає *субкультуру* як "одне з базових понять культурології, систему цінностей, настанов, способів поведінки та життєвих стилів певної соціальної групи, яка відрізняється від основної, домінантної в суспільстві культури, хоча і пов'язана з нею". Під медіа-культурою вчена розуміє могутню силу, феномен, породжений засобами масової комунікації — пресою, телебаченням, Інтернетом, — який впливає на формування окремої особистості і молодіжних субкультур [5 : 51]. В Україні понад 25% юнаків і дівчат віком від 15 до 23 років є представниками *молодіжних субкультур* (це прихильники кібер-культури, готи, емо-кіди, панки, рокери, байкери та ін.). У межах вищого педагогічного навчального закладу таких студентів небагато. Вони, як правило, виявляють свій імідж лише елементами типового одягу, прикрасами, не вживаючи під час спілкування на заняттях сленгових слів та виразів на кшталт: *снепи* (гумові браслети), *позери* (музичні фанати), *тунель* (кругла дірка у сережці) тощо. Окреслюючи роль сучасних молодіжних субкультур в Україні, Н. Череповська зазначає, що вони є "сходиною на шляху до індивідуального становлення особистості на певному рівні розвитку", "іспитом" на здатність до успішного самоствердження в інформаційному суспільстві. Через ЗМІ медіа-культура (особливо з використанням Інтернет-технологій) сприяє розвитку молодіжних субкультур: розповсюджує культову кінопродукцію, створює молодіжні форуми на сайтах тощо. Сприймаючи інформаційну хвилю мас-медіа як дане, викладач української мови повинен бути обізнаним з питань молодіжних субкультур, що дасть йому можливість використати ці знання у процесі діалогічного навчання, організувати дискусії, тематичні "круглі столи", під час яких у студентів сформуються навички толерантного спілкування.

Отже, формування мовнокомунікативної професійної компетентності майбутніх учителів-нефілологів з використанням засобів медіа-дидактики повинно відбуватися одночасно з формуванням у студентів медіа-культури, інформаційно-комунікаційної культури в цілому та інформаційно-комунікаційної компетентності зокрема.

З поняттям медіакультури безпосередньо співвідносяться терміни *медіалогія*, *медіа-критика*, *медіа-психологія*, *медіа-освіта*, *медіа-самоосвіта*, *медіа-педагогіка*, *медіа-дидактика*, *медіа-навчання*, *медіа-виховання*, *медіа-*

компетентність. Медіа-освіта (англ. *media education*) є частиною сучасної концепції особистісно орієнтованої освіти протягом життя.

Спираючись на ретроспективний аналіз зарубіжного та вітчизняного наукового досвіду у галузі медіа-освіти (Ю. Казаков, І. Чемерис та ін.), а також на дослідження сучасної науки про мас-медіа (О. Баришполець, Г. Мироненко, Г. Онкович, Б. Потятинник, В. Різун, О. Федоров та ін.), окреслимо ряд положень, які слід урахувати, формуючи у студентів систему теоретичних знань з медіа-дидактики:

- Питання медіа-освіти молоді висвітлено у ряді важливих міжнародних документів: Грюнвальдська декларація з медіа-освіти (1982 р.), резолюція ЮНЕСКО у Парижі (1989р.), Віденська конференція “Освіта для медіа та цифрового століття” (1999 р.), Севільська конференція “Медіа-освіта молоді” (2002 р.) та ін.
- Використовувати медіа-продукцію в навчанні та вихованні молоді почали з 30-х років минулого століття; масового поширення медіаосвіта набула в 60-ті рр. у країнах Європи, у США та Канаді.
- У дослідженнях проблеми ЗМК слід орієнтуватися на періодизацію американського вченого М. Маклюена, який виділив чотири періоди розвитку медіа-культури: епоху дописьменного варварства, тисячоліття фонетичного письма, п’ять століть друкованої техніки, епоху електронної цивілізації, у тому числі застосування Інтернету.
- Важливу роль періодичних видань у навчанні (у тому числі рідної мови) відзначали видатний чеський педагог Я.А. Коменський, європейські філософи-просвітителі. Багато прогресивних ідей з медіаосвіти належать представникам французької "групи нової освіти"(XX ст.). Так, С. Френе ініціював створення шкільних друкарень (шкільні газети стали одним із засобів у навчанні читання і письма, сприяли розвитку мовлення і критичного мислення учнів), запропонував використовувати у дидактиці радіо та телебачення, залучав дітей до створення власних фільмів тощо. Педагоги Франції другої половини минулого століття взагалі впровадили багато освітніх проектів з використання мас-медіа у навчально-виховному процесі. У Радянському Союзі цього періоду почали демонструвати навчальні фільми для дітей та юнацтва, активно діяли кіноклуби, аматорські об’єднання.
- Проблеми сучасної медіа-освіти у різних країнах вирішуються по-різному: періодичні видання та конференції групи підтримки медіа в освіті (Австралія), федеральні центри допомоги вчителям з питань медіа-освіти, рух "Школи – в мережу!" (Німеччина), курси медіа-освіти для вчителів (Ірландія), обов’язкове введення питань медіа-освіти у навчальні програми з вивчення мови (Канада), комітети для вироблення національної медіаосвітньої програми (Ізраїль) та ін. Останні десятиріччя XX ст. характеризуються увагою російської та української педагогіки до проблеми розвитку медіа-освіти. На сьогодні в Росії діє Асоціація кіноосвіти і медіа-освіти на чолі з проф. О. Федоровим, проектом якої є Відкрита електронна бібліотека "Медіа-освіта". В Україні медіа-освіта як спеціальна галузь педагогіки існує лише два десятиріччя і, безперечно, має

широкі перспективи для розвитку та надійне наукове підґрунтя, закладене світовою педагогічною думкою. Прикладом є внесення у 2007 році окремої галузі "Соціальні комунікації" до переліку напрямів підготовки фахівців у ВНЗ.

• Науковцями лабораторії психології масової комунікації та медіа-освіти Інституту соціальної та політичної психології АПН України (О. Баришполец, Г. Мироненко, Л.Найдьонова та ін.) у 2007 році проводився моніторинг, за яким визначалися рівні медіа-культури серед різних вікових категорій населення України, зокрема школярів та студентської молоді. Визначалися обсяг, тривалість і стабільність медіа-контактів; критичне ставлення реципієнтів до інформації, одержаної через ЗМК. Дослідники встановили, що більшість дорослого населення (50,5 %) та 34,2 % студентів надають перевагу перегляду телепередач та огляду преси. Щодня 40,9 % студентів дивляться телепередачі, проте здатність орієнтуватися у телепросторі у них невелика: майже 92 % стихійно обирають об'єкт для перегляду. Студентська молодь надає перевагу інформаційним, пізнавальним та розважальним телепередачам. Третина українських студентів постійно користується послугами Інтернету; 90,4% молодих людей користуються мультимедійними мас-медіа переважно з метою навчання і задоволення творчих потреб [6].

До основних завдань медіа-освіти російський учений О. Федоров відносить такі, як: підготовка нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах; підготовка людини до сприймання різноманітної інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку; формування навичок практичного оволодіння технічними засобами комунікації [7 : 5]. Ці завдання спрямовані на формування *медіа-компетентності* — *критичного ставлення до ЗМК, вміння здобувати, аналізувати та інтерпретувати одержану інформацію, висловлювати на її основі власні судження (у тому числі створювати медіа-тексти), прийнятні для конкретної ситуації спілкування.*

Медіа-освіту розглядають у вузькому значенні — як освіту журналістів — і в широкому — як непрофесійну журналістику, знання основ журналістики, необхідні для формування фахових компетентностей (зокрема мовнокомунікативної) представниками інших професій. *У площині українськомовної підготовки майбутніх учителів-нефілологів під медіа-освітою і відповідно — медіа-дидактикою слід розуміти практичне, професійно спрямоване використання студентами теоретичних знань про сучасні ЗМК і самих мас-медіа у процесі навчання і самонавчання української мови.* Прозорим і образним є визначення вітчизняною вченою Г. Онкович *медіапедагогіки як педагогіки, одягненої у нове вбрання, — засоби масової комунікації.* Відповідно — медіа-навчання та медіа-виховання є навчанням і вихованням за допомогою медіа-засобів. За Г. Онкович, медіа-дидактика об'єднує ряд складових, зумовлених використанням тих чи інших ЗМК: пресодидактику (зокрема пресолінгводидактику), кінодидактику, теледидактику, мультимедіадидактику (у тому числі інтернетдидактику).

ЮНЕСКО виділено основні завдання і напрямки безперервної медіа-освіти, згідно з якими вона повинна здійснюватися у рамках професійної освіти

студентів педагогічних ВНЗ та підвищення компетентності учителів і викладачів. Так, при вивченні української мови в університетах доцільно:

- створювати інтегровані українськомовні навчальні дисципліни, зміст яких передбачатиме вивчення сучасних мас-медіа у процесі формування мовнокомунікативної професійної компетентності студентів. наприклад, поєднати питання курсів "Українська мова ЗМІ" і "Основи культури і техніки мовлення" (для спеціальності "Початкове навчання");
- залучати майбутніх учителів до участі в роботі гуртків з теле- та радіожурналістики;
- використовувати засоби медіа-дидактики (зокрема телебачення, радіо та Інтернет) в аудиторній та позааудиторній роботі студентів очної і дистанційної форм освіти з української мови).

Засоби *медіа-дидактики* посідають окреме місце у методиці формування системи знань майбутніх учителів-нефілологів з української мови, а також умінь і навичок використання цих знань у педагогічному дискурсі.

Окреслюючи технології медіа-дидактики, дослідники (І. Дичківська, Г.Онкович) виділяють *дві групи засобів навчання* — *традиційні (періодичні видання, радіо, телебачення, кіно) та інноваційні (що містять інформацію на програмно-апаратних засобах і пристроях (серверах) і функціонують на базі обчислювальної техніки)*. Зазначимо, що поява мережі Інтернет призвела до взаємонаближення традиційних та інноваційних засобів медіа-дидактики: студенти мають змогу прослухати потрібну радіопередачу або переглянути телепрограму, скориставшись електронними ресурсами; прочитати статтю у періодичному паралельному електронному виданні.

Джерелом систематизованих знань майбутніх учителів-нефілологів про мову мас-медіа є насамперед лекційні заняття з курсів "Українська мова (за професійним спрямуванням)", "Основи красномовства", "Основи культури і техніки мовлення", "Практична стилістика української мови", "Сучасна українська мова з практикумом" та вибіркових дисциплін. Викладачеві доцільно включити до змісту лекцій такі питання, як:

- Масова комунікація у сучасному інформаційному просторі; функції ЗМІ у суспільному житті. Учитель — лідер громадської думки (медіатор).
- Медіа-освіта у сучасній концепції мовного навчання і самонавчання людини протягом усього життя.
- Періодичні видання та популярні програми українського радіо і телебачення як джерело українськомовного навчання і самонавчання майбутніх учителів. Робота з друкованою та електронною науковою періодикою — засобом збагачення активного словника майбутнього вчителя-нефілолога фаховими термінами.
- Взаємодія вербальних засобів медіа-культури і молодіжних субкультур. Проблема молодіжного сленгу у ЗМІ.
- Українська мова ЗМІ: специфіка українського медійного дискурсу.

- Диктори радіо і телебачення як мовленнєві авторитети у формуванні культури мовлення майбутнього вчителя. Особливості редагування медіа-тексту.

Залучення студентів-нефілологів до роботи в гуртках із теле- та радіожурналістики, на нашу думку, повною мірою сприяє адаптації майбутніх педагогів до життя у відкритому інформаційному просторі. Презентація власних теле- і радіотекстів оптимізує процес формування в майбутніх учителів цілого ряду компетентностей: мовнокомунікативної, інформаційно-комунікаційної (ІКТ), риторичної, методичної та ін. Творчо обдаровані випускники педагогічних ВНЗ, які характеризуються високим рівнем медіа-компетентності, керують у школі роботою гуртків юних журналістів, шкільного радіо, організують випуск шкільної періодики тощо.

Робота з медіа-текстами є складовою системи завдань з української мови, виконуваних студентами на практичних заняттях та під час самопідготовки. Виділимо з них ті, що передбачають використання засобів медіа-дидактики у навчально-пізнавальній, розвивально-виховній, науково-дослідній та професійно-комунікативній діяльності студентів:

- *Виконання завдань на роботу з медіа-текстами.* Слід віддати перевагу лінгвістичному та дискурсивному аналізу медіа-текстів. Доцільно пропонувати тексти з фахових газет і журналів, матеріали періодичних видань для школярів.
- *Підготовка та публічний захист творчих проєктів.* Проєктне навчання покликане забезпечити практичне, професійно спрямоване використання студентами теоретичних знань про мову сучасних ЗМК і медіа-технології у процесі навчання і самонавчання української мови.
- *Написання рецензії* на наукову статтю у фаховому періодичному виданні, *відгуку* читача, слухача або глядача на газетну публікацію, радіо- та телепередачу.
- *Укладання бібліографії статей у періодичних виданнях (у тому числі електронних)* з навчального модуля українськомовної дисципліни, з окремої теми заняття.
- *Підготовка та проведення мультимедійної презентації* виховного заходу з української мови.
- *Підготовка до виступу по університетському радіо, написання газетної колонки, нарису, репортажу, інтерв'ю* до студентського періодичного видання з питань культури мовлення майбутніх учителів, з наукової проблеми (за фахом).

Таким чином, системне і систематичне використання засобів медіа-дидактики у процесі навчання і самонавчання української мови на нефілологічних факультетах педагогічних університетів є необхідною умовою формування в майбутніх учителів інформаційно-комунікаційної культури, мовної стійкості, готовності до українськомовного самонавчання і самовдосконалення засобами мас-медіа.

Список використаних джерел і літератури

1. Енциклопедія освіти / Акад пед.наук України; головний ред. В.Г.Кремень. — К. : Юрінком Інтер, 2008. — 1040 с.
2. Феномен інновацій: освіта, суспільство, культура : монографія / за ред. В.Г. Кременя. — К. : Педагогічна думка. — 2008. — 472 с.
3. Рудницька О. П. Педагогіка: загальна та мистецька : навчальний посібник / Оксана Петрівна Рудницька. — К., 2002. — 270 с.
4. Мірошник О. Л. Феномен телебачення як чинник формування особистості в сучасному українському суспільстві / О.Л. Мірошник // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2009. — № 23 (186). — Ч. 4. — С. 188—196.
5. Череповська Н. Роль медіа-культури у формуванні молодіжних субкультур в Україні // Соціальний педагог. — 2008. — № 11 (23). — С.51—63.
6. Баришполець О. Т., Мироненко Г. В. Стан медіа-культури дорослих і молоді в Україні: результати масового опитування [Електронний ресурс] / О.Т. Баришполець, Г.В. Мироненко — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal...Varishpolets_Mironenko.htm
7. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза: монография / Александр Викторович Федоров. — М. : Информация для всех, 2007. — 615 с.