

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему **Формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах
професійної освіти**

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0119
спеціальності 011 Освітні, педагогічні науки
освітньої програми Педагогіка вищої школи
А. А. Лифар

Керівник професор кафедри педагогіки та
психології освітньої діяльності,
професор, д.пед.н. Локарева Г. В.

Рецензент старший викладач кафедри
педагогіки та психології освітньої діяльності,
к.пед.н. Турбар Т. В.

Запоріжжя

2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	9
1.1. Характеристика базових понять дослідження.....	9
1.2. Особливості формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти	23
1.3. Використання медіаосвітніх технологій у процесі підготовки майбутніх викладачів.....	30
1.4. Структура медіакультури майбутніх викладачів.....	42
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ В УМОВАХ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ.....	53
2.1. Критерії та показники формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.....	53
2.2. Визначення рівнів сформованості медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.....	60
2.3. Розробка програми формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.....	65
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78
ДОДАТОК.....	86

ВСТУП

Інтеграційні процеси, які відбуваються у суспільстві, зумовлюють необхідність інформатизації і медіатизації освітньої галузі, висувають нові вимоги до підготовки конкурентоспроможних фахівців з різних галузей, серед яких – уміння користуватися сучасними технологіями; здатність знаходити потрібну інформацію для використання у своїй професійній діяльності; уміння використовувати нетрадиційні методи, форми й засоби для вирішення питань стосовно професійних компетентностей, отримання знань, набуття вмінь та навичок тощо. Перспективи сучасної медіаосвіти в контексті європейської інтеграції безпосередньо пов'язані з процесом соціальної модернізації, проблемами формування критичного мислення, і як результат, високого рівня медіакультури особистості XXI ст.

Значення медіакультури у сучасному суспільстві постійно зростає. Модернізація українського суспільства в цілому, і системи освіти зокрема, з новою силою актуалізували питання розвитку медіакультури особистості.

Впродовж останніх років пильну увагу дослідників привертають освітні аспекти формування інформаційного суспільства. Вони пов'язані, в першу чергу, з аналізом проблем інформаційного суспільства як суспільства, що постійно навчається, оскільки для всіх членів такого суспільства зростає потреба в постійному підвищенні кваліфікації, оновленні знань, освоєнні нових видів діяльності.

Проте, на сьогоднішній день інформаційні ресурси України і світу все ще не використовуються в повному обсязі. Одна з причин – відсутність достатнього рівня сформованості медіа-культури споживачів інформації.

Аналіз наукових джерел свідчить, що питання медіакультури знайшли відображення в історії зарубіжної (Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, Ж. Дельоз, М. Маклюен, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, Ч. Пірс, Д. Соссюр, Е. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леві-Стросс,

Д. Рашкоффта ін.) та вітчизняної (Л. Найдьонова, Г. Онкович, Л. Масол, Л. Бойченко, Н. Габор, Ю. Казаков, І. Міщишин, Б. Потятиник, Н. Троханяк та ін.) наукової думки

Предметом досліджень останніх років в галузі медіакультури були: інтегрована медіа-освіта (С. Гудиліна, Т. Жарковська, О. Журін, Л. Зазнобіна, Г. Новикова, К. Тихомирова, І. Фомічова), аудіовізуальна медіаосвіта (О. Баранов, О. Бондаренко, А. Бурнашев, К. Грибанова), створення та використання екранних засобів навчання (Л. Баженова, М. Духовна, В. Єгоров, М. Жабський, Л. Прессман), медіа-освіта на матеріалі преси (О. Ваганова, К. Ветров, Д. Григорова, О. Короченський).

Актуальність проблеми формування медіакультури майбутніх викладачів та відсутність її комплексного вивчення зумовили вибір теми магістерської роботи.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та розробити програму формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.

Завдання дослідження:

1. Обґрунтувати сутність базових понять проблеми формування медіакультури майбутніх викладачів з урахуванням сучасних методологічних підходів.
2. Розкрити особливості формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.
3. Розглянути специфіку використання медіаосвітніх технологій у процесі підготовки майбутніх викладачів.
4. Охарактеризувати структуру та визначити критерії та показники формування медіакультури майбутніх викладачів.
5. Визначити рівні сформованості медіакультури майбутніх викладачів.
6. Розробити програму формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.

Об'єкт дослідження – процес формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.

Предмет дослідження – особливості формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.

Гіпотеза дослідження: майбутні викладачі мають недостатній рівень сформованості медіакультури.

Методи дослідження:

– теоретичні: вивчення й аналіз філософських, психолого-педагогічних, медіазнавчих джерел, здійснення аналізу базових понять та виявлення взаємозв'язків між ними;

– емпіричні: тестування, анкетування, бесіди.

Наукова новизна і теоретичне значення одержаних результатів полягають у тому, що:

– уточнено поняття «медіакультура майбутнього викладача»;

– охарактеризовано структуру та визначено критерії та показники формування медіакультури майбутніх викладачів;

– розроблено програму формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.

Теоретичну основу дослідження становлять праці науковців з проблем: філософських концепцій освіти як культури С. Гессена, І. Зязюна, І. Клімова та інші; культурологічних концепцій М. Бахтіна, Ю. Пассова, В. Розіна та інші; сутність, зміст, технології педагогічної освіти (В. Бондар, Є. Бондаревська, Г. Селевко, І. Якіманська та інші); інформаційних технологій, (С. Іщук, В. Каймін, І. Роберт та інші). дослідження феномену медіакультури (М. Данилевський, А. Гуревич, В. Іванов, М. Каган, Б. Рассел, О. Шпенглер).

Матеріали магістерської роботи можуть бути використанні викладачами закладів вищої освіти при підготовці студентів як бакалаврського рівня так і магістерського.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

1.1. Характеристика базових понять дослідження

У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні висвітлені основні терміни, мета, завдання, форми і принципи медіаосвіти, пріоритетні напрями її розвитку, етапи та умови реалізації вихідних положень. Основна мета Концепції – сприяння розбудові ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки нашої держави, об'єднання громадянського суспільства, формування медіаінформаційної грамотності, медіакомпетентності, медіакультури громадян [43].

У філософській, педагогічній та іншій суспільствознавчій літературі існують терміни «інформаційна культура», «медіаосвіта», «медіакультура», «комунікативна культура» тощо. Оскільки кожний науковий термін для того й створений, щоб відображати окремішнє явище, бути вербальним вираженням сутності «свого» явища, то й названі поняття розглянемо більш детально задля визначення їхніх головних відмінностей [56].

За визначенням вітчизняних дослідників (О. Баришполец, О. Голубева, Л. Найдьонова, Г. Мироненко, В. Різун та ін.) інформаційна культура як один із найважливіших і багатогранних чинників загальної культури людства є сукупністю усіх видів інформаційно-комунікаційної діяльності людини й суспільства та її наслідків. Як результат цієї діяльності вона забезпечує здатність адекватно поводитися в різноманітному інформаційному середовищі, тобто орієнтуватися в потоках даних, сприймати ті чи інші явища, події, факти, селективно орієнтуючись на власні інформаційні потреби. Ядро інформаційної культури складають багатоаспектні і взаємопов'язані компоненти – інтелектуальний потенціал, інформаційний світогляд, інформаційний

менталітет, інформаційно-орієнтаційну діяльність, інформаційні установки та потреби тощо.

Нині у науковій літературі існує чимало визначень понять «медіаосвіта», «медіаграмотність», «медіакомпетентність». В Українському педагогічному словнику С. Гончаренка медіаосвіта пояснюється як « ...напрям у педагогіці, представники якого виступають за вивчення школярами закономірностей масової комунікації (преси, телебачення, радіо, кіно тощо), з метою підготовки молодого покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, сприймання й розуміння медіаінформації, усвідомлення наслідків її впливу на особистість [20, 203]».

Отже, саме завдяки медіаосвіті формується медіакультура особистості, що включає в себе медіаграмотність та медіакомпетентність.

Медіакомпетентність – це вміння ефективно взаємодіяти з медіапростором, правильно розуміти, оцінювати інформацію, аналізувати, передавати її іншим, дотримуючись медіакультурних цінностей, уподобань і стандартів [43, 4].

Загальні орієнтири наукового обґрунтування поняття «медіакультура» окреслюються його лексичним значенням, що походить від поєднання слів «медіа» та «культура».

Аналіз наукової літератури засвідчує, що у науковому обігу нараховується понад 500 тлумачень поняття «культура» [2; 13]. Слово «культура» є практично в усіх мовах світу. Як правило, його змістова інтерпретація пов'язується зі змінами, вдосконаленням людини в процесі взаємодії, комунікації, соціалізації та життєдіяльності [5].

Поняття «культура» характеризує внутрішні, суттєві риси суспільства, а також окремих людей, їхню творчу діяльність у всіх сферах буття, спрямовану на усвідомлення та перетворення дійсності, а також матеріальні та духовні результати такої діяльності [80]. У найширшому розумінні «культурою» можна вважати все те, що твориться людиною, на відміну від того, що твориться природою. Культура – це сукупність способів і прийомів організації,

реалізації та поступу людської життєдіяльності, способів людського буття, усі матеріальні та духовні надбання людства, які служать його прогресу, ідеалам гуманізму [77, 295].

Культура характеризує всю життєдіяльність людини: матеріальне виробництво, соціально-політичні відносини, галузь духовного розвитку, побут, стосунки та взаємини, а будь-яка сфера людського життя може бути відображена з огляду її культурної значущості й цінності [71].

Культура в концепції В. Біблера – це особливий феномен духовного життя людини, який у працях науковця представлено в таких аспектах: культура – це спосіб самодетермінації особистості, що долає її детермінацію ззовні; культура – це форма спілкування культур (діалог 44 культур) [17, 35]. У працях М. Бахтіна сформульовано думку про те, що « ...сучасна культура – це діалог тих культурних цінностей, які були створені в різні періоди історії людства [10, 38]».

«Культура» є важливим науковим поняттям, без якого не може функціонувати жодна сфера теоретичного знання про суспільство. У цілому, теоретичний аналіз його як категорії є достатньо складним, оскільки воно є базовим для ряду галузей знань: філософії, культурології, соціології, психології, педагогіки та ін.

Так, філософія досліджує культуру як системний феномен; психологія характеризує культуру як феномен індивідуальний, що має ознаки загального та особистого; соціологія наголошує на проявах особистого в культурі з врахуванням індивідуального та загального розвитку [23]. Існує цілий ряд підходів до цієї проблеми, які розглянемо далі.

З позицій філософсько-антропологічного підходу культура трактується як вияв людської природи через осмислення походження людини (А. Гелен, Ж. Маритен, Е. Тайлор, П. Флоренський). У зазначеному контексті П. Флоренський наголошує, що культура є геномом соціального життя. На його думку, у житті суспільства культура відіграє приблизно ту ж роль, що і спадкова інформація, яка передається від покоління до покоління і трактується

як фактор організації життя суспільства [78].

А. Арнольд у поняття «культура» включає суспільні відносини між людьми зі створення, засвоєння, збереження, поширення матеріальних і духовних продуктів культурної діяльності людей, з одного боку, і формування самих людей як суб'єктів культурної життєдіяльності, сфери прояву сутнісних сил – з іншого [1, 46]. Культура виступає в цьому випадку формою творчої діяльності; охоплює духовну і матеріальну сфери існування суспільства як форма прояву свободи та творчості, як засіб самореалізації основних цінностей людини.

На думку М. Кагана, концепція культури повинна будуватися на аналізі людської діяльності [37].

За твердженням П. Гуревича, культура є антропологічним феноменом, який потрібно досліджувати лише стосовно людини, оскільки жодні тлумачення культури в обмеженій соціальній теорії без залучення знань про людину не розкривають таємницю культури. Визначення культури як соціальної спадковості відводить людині пасивну роль [25, 40].

Учені зазначають, що «культура – це чітко скерована позиція суспільства, коли саме підпорядкування природи людині в матеріальній і духовній сферах підтримує такий стан суспільства, який гарантує взаємовідносини людини і природи, з одного боку, а з іншого – забезпечує гармонійну рівновагу соціальних відносин між людьми, їх досить різних матеріальних і духовних цінностей». На думку В. Андрущенка, Л. Губерського, М. Михальченка, «культурне життя характеризується певним ідеалом, гомогенним у своїй сутності, на який орієнтовані різні форми діяльності суспільства» [24, 16].

Культура є специфічним способом організації та розвитку людської життєдіяльності, поданим у продуктах матеріальної і духовної праці, у системі соціальних норм та установок, у духовних цінностях, у сукупності ставлення людей до природи, взаємовідносин між ними, ставлення до самих себе [70, 123].

У дослідженні Л. Гайсиної поняття «культура» об'єднано в три окремі

групи:

- 1) культура як загальний інтелектуальний і духовний розвиток людини;
- 2) культура як творіння людини – матеріальна й духовна;
- 3) культура як спосіб життя спільноти / співтовариства людей [17, 6].

У досить повному аналізі еволюції поняття «культура» В. Ісаєв окреслює три напрями її дослідження:

- 1) сукупність матеріальних і духовних цінностей;
- 2) специфічний спосіб людської діяльності;
- 3) процес творчої самореалізації сутнісних сил особистості [33, 7].

Педагогічний контекст розуміння поняття «культура» знаходимо у ряді спеціальних словників. Так, у «Психолого-педагогічному словнику» культура трактується як « ...історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, виражений у типах і формах організації життя та діяльності людей, у їх взаєминах, а також створюваних ними матеріальних і духовних цінностей [65, 221]».

В «Українському педагогічному енциклопедичному словнику» культура визначається як « ...рівень освіченості, вихованості людей, а також рівень оволодіння певною галуззю знань або діяльності [20, 248]».

У дослідженнях І. Зязюна культуру визначено з двох позицій: як основний фактор, джерело змісту освіти і як соціальний регулятив, що віддзеркалює ціннісні продукти духовної та матеріальної діяльності людини, властивості та якості самої людини як носія й творця культури. При цьому освіта названа цілеспрямованим способом засвоєння культури [32, 31].

Таким чином поняття «культура» є складним об'єктом вивчення, осмислення якого здійснюється в процесі співставлення його з людиною, природою, історією, соціумом. У такому розумінні культура є основою розвитку людської індивідуальності, яка втілює загальнолюдські цілі й прагнення.

Розглянемо другу складову поняття «медіакультура» – частку «медіа», яка у науковому обігу не має чіткої єдиної концепції щодо її інтерпретації,

наслідком чого є певна термінологічна змішаність та невизначеність у її характеристиках.

Попри досить тривалий дискусійний період на сьогодні не існує чіткої єдиної концепції і відповідно термінології «медіа», є певна змішаність і невизначеність термінів. Термін «media» є похідним від «medium» (англ. – середина, центр, посередник) з'явився в англійській мові в XVI ст. У XVII ст. він уперше був використаний у філософії, а у XVIII ст. – застосований до назви першого в історії засобу масової комунікації – газет. З середини XIX ст. термін «медіа» тлумачиться як поширення повідомлень за допомогою особливих технічних засобів зв'язку (пошта, телеграф).

За допомогою медіа можна поширювати відомості великій кількості людей без зусиль. Саме тому термін часто згадується як синонім засобів масового інформування або мас-медіа. У комунікації, медіа – це канали й інструменти, що використовуються для зберігання, передавання і подання інформації або даних; у педагогічній літературі медіа використовується стосовно допоміжних наукових і технічних засобів, які застосовуються у навчанні.

Уперше над потребою вивчення й розуміння медіа задумався відомий дослідник М. Маклюен. Він розглядає медіа не лише як засоби й канали передавання відомостей, а в широкому значенні як посередник (медіа/медіум) між людиною-суб'єктом і певним об'єктом сприйняття або іншою діяльністю [67]. На основі аналізу багатьох теоретичних джерел ми дійшли висновку, що медіатехнології надають більше уваги способу взаємодії й передавання відомостей у соціумі. Тоді як суміжний термін «мультимедіа» описує технічну сторону процесу передавання даних, охоплюючи різноманітні способи подання даних – звукові, текстові, графічні, відео, анімаційні, можливо в одній системі чи в поєднанні.

У сучасній інтерпретації «медіа» – це засоби та інструменти, які використовують для знаходження, зберігання, представлення та передачі інформації. У ряді наукових досліджень (Д. Григорова, Р. Харріс та ін.)

підкреслюється, що в інформаційному суспільстві медіа виконують не тільки просвітницьку та розважальну функції, але й значною мірою сприяють формуванню уявлень про картину світу, впливаючи на цілісність сприймання дійсності, на культурні та соціальні цінності людини, її установки і моделі поведінки [22] .

На думку Б. Потятиника, «медіа» є синонімом до «мас-медіа». Науковець уживає медіум на позначення окремого засобу передавання інформації, тому, мас-медіа – певна сукупність медіумів, що об'єднує переважно телебачення, радіо, газети, журнали, кіно, книжки, записи на магнітних носіях чи цифрових компакт-дисках тощо, тобто засоби донесення інформації до масової аудиторії. Чіткої межі між масовою і міжособистісною комунікацією ніколи не було, однак є потреба їх розмежувати [63, 8].

Узагальнене розуміння «медіа» закріплено у «Словнику термінів з медіаосвіти, медіапедагогіки, медіаграмотності, медіакомпетентності», де зазначене поняття ототожнюється з поняттям «ЗМК» (засоби масової комунікації) та визначає медіа як засоби створення, запису, копіювання, тиражування, збереження, поширення, сприймання інформації та обміну нею між суб'єктом і об'єктом [74] .

За твердженням О. Силантьєвої, слід розмежовувати традиційний термін «засоби масової інформації» та новий «медіа». Медіа – це насамперед поле суспільного діалогу, «посередник у налагодженні комунікації між людьми, різними соціальними та професійними групами» [69].

У праці А. Литвина «медіа» розглянуто як «глобальне поняття, що охоплює дидактичні засоби, наукову підтримку, а також засоби масової інформації». Учений наголошує, що «медіа – це предмети, обладнання й матеріали, які передають певну інформацію (комунікати) через слова, зображення і звуки, а також дозволяють виконувати певні дії інтелектуального та мануального характеру [50, 11]». З огляду на це медіа постають посередником у передачі інформації від одного адресата до іншого [50].

Узагальнюючи підходи до тлумачення «медіа», К. Горська зазначає, що

«...складник «медіа» вказує на належність контенту до медіасередовища, яке відокремлює його від контенту інших сфер, будь-яких інших повідомлень вербальної й невербальної комунікації; поняття «медіа» може вживатись у кореляції зі значенням середовища, простору, у якому відбувається побутування контенту [21, 49]». З іншого погляду, медіа є каналом передачі повідомлень засобами масової інформації, тому медіа сьогодні є водночас каналом, інструментом і середовищем [21].

Аналіз фахових та спеціальних джерел дає підстави стверджувати, що дефініція «медіакультура» не є прямим поєднанням понять «медіа» і «культура». Це – синтез, що характеризує нове суспільне явище, яке розвивається разом із загальною культурою. Поняття «медіакультура» постійно розширює своє значення і включає в себе нові соціальні, моральні, психологічні та інтелектуальні складові.

Виникнення нових технологічних умов забезпечення суспільства засобами знаходження, опрацювання та передачі інформації призвели до необхідності утвердження в науці дефініції «медіакультура».

Ми погоджуємося з думкою І. Колеснікової, яка стверджує, що дефініція «медіакультура» є непрямим поєднанням понять «медіа» і «культура», а синтезом, що характеризує нове суспільне явище, яке розвивається разом із загальною культурою. Поняття «медіакультура» постійно розширює своє значення й охоплює нові соціальні, моральні, психологічні та інтелектуальні складники [40, 44].

Особливий інтерес медіакультура викликає у всіх, хто вивчає проблеми цифрових технологій, інформаційного простору, перетворення сучасної культури.

Як зазначає російський культуролог Н. Кирилова, «...саме завдяки медіакультурі сформувалися нові медіа-реальності сучасного медіа-середовища, медіа-ринку, медіаменеджменту, медіа-критики, функції, статус та сфера діяльності яких стають набагато різноманітнішими, ніж це було раніше [39]».

Вона підкреслює, що « ...всі види медіа (аудіо, друковані, візуальні, аудіовізуальні) включають в себе культуру передачі інформації й культуру її сприйняття; медіакультура може виступати і системою рівнів розвитку особистості, здатної «читати», аналізувати, оцінювати медіа-текст, займатися медіа-творчістю, засвоювати нові знання за допомогою медіа». Специфіка медіакультури, на її думку, « ...визначається її семіотичною природою і технічними можливостями засобів її реалізації [39, 8]».

Медіакультура – частина загальної сфери людської культури. Так само як і культура загалом, медійна культура покликана регулювати людську поведінку, організовувати діяльність людини, її пізнання й творчість, формувати поле збереження традицій та виникнення інновацій [55, 6]. Таку антиентропійну сутність культури, її спроможність розбудовувати структури, підвищувати рівень організації соціуму та протистояти хаосу віддзеркалено в самій історії слова (лат. *cultura* – «обробіток, догляд», від *colo* – «обробляю, вирощую» [29, 138]).

У розумінні В. Возчикова медіакультура є філософським феноменом, тому він справедливо виокремлює її як домінуючу культуру інформаційного суспільства, що виявляється в діяльності традиційних та електронних засобів масової інформації, які відтворюють соціокультурну картину світу за допомогою словесних, звукових і візуальних образів; культуру-універсум, що охоплює у собі функціональне різноманіття масової, народної, елітарної культур та їхніх модифікацій, онтологічно вкорінена в життєдіяльності людини; культуру-метаповідомлення про світогляд людства на певному етапі його існування [16, 359–360].

У дослідженні Л. Ороховської медіакультуру розглянуто з погляду цивілізаційного розвитку й визначено як «систему інформаційно-комунікаційних засобів, що характеризується особливостями функціонування в суспільстві на різних етапах історичного розвитку (від появи писемності до електронних мас-медіа) і як знакову систему, за допомогою якої передається інформація про навколишній світ, створюються різні форми символічної

реальності, що репрезентують настрої кожної епохи» [59, 23]. Особливу увагу науковець звертає на взаємовплив медіакультури й інформаційної революції, що виявляється в інформатизації медіакультури, посиленні влади телекратії, демасифікації та імперсоналізації мас-медіа та суспільства, уніфікації й стандартизації стилю та жанрів мас-медіа, атомізації суспільства, віртуалізації культури [59].

За твердженням А. Зайцевої, медіакультура належить до надбань сучасної культурології, тому її функція полягає у визначенні особливого типу культури інформаційного суспільства, що виступає посередником між соціумом і владою. Така трансляційна функція покладає велику відповідальність на зазначений феномен, оскільки саме завдяки йому відбувається формування та розвиток багатьох впливових інститутів сучасного суспільства [30, 11].

У визначенні Ж. Бодріяра вказано, що медіакультура – «...галузь культури, яка пов'язана з трансляцією динамічних образів, які широкі поширилися завдяки сучасним технічним засобам запису та передачі зображення й звуку (кіно, телебачення, відео, системи мультимедіа) [11]».

Місце медіакультури в системі соціальних комунікацій досліджує Н. Зражевська й зауважує, що медіакультура є «комунікаційним феноменом, пов'язаним з передаванням культурних артефактів і змістів у соціальному середовищі, формуванням образів і знаків, через які здійснюється ідеологічний, політичний, культурний вплив на аудиторію [31, 126]». У понятті медіакультури інтегровано організованість і технологічність, що дозволило вченій репрезентувати її як суспільну комунікаційну систему. Дослідниця визначає зв'язок медіакультури з медіаграмотністю та медіаосвітою, які уможливають «суспільне буття» медіакультури [31].

У процесі аналізу поняття Д. Келлнер дає таке визначення медіакультури: «Медіакультура – це культура образів, звуків і зображень, що передаються через певні технічні засоби: радіо, фільми, телебачення, музика, друковані медіа, такі як журнали, газети, комікси тощо [85, 3]».

За визначенням Т. Боришпольця медіакультура трактується як особливий різновид культури, що зародився з появою мас-медіа і розвивається разом з їх розвитком; складова частина інформаційної і загальної культури суспільства й особистості. Її складові: медіакультура суспільства і медіакультура особистості [7]. Колектив авторів [56] визначає медіакультуру особистості як певний рівень розвитку особистості під кутом зору її здатності ефективно взаємодіяти із сучасними медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі: розпізнавати, сприймати, розуміти, аналізувати, оцінювати медіа тексти, тлумачити поширювану через медіакультурну, політичну та ін. інформацію і адекватно реагувати на неї, долучатися до медіа творчості, засвоювати нові знання за допомогою медіа.

Складовими медіакультури є медіаобізнаність, медіаграмотність та медіаосвіченість [7].

О. Коневщинська пропонує структурну підпорядкованість складових медіакультури [41, 35] (рис. 1.1.)

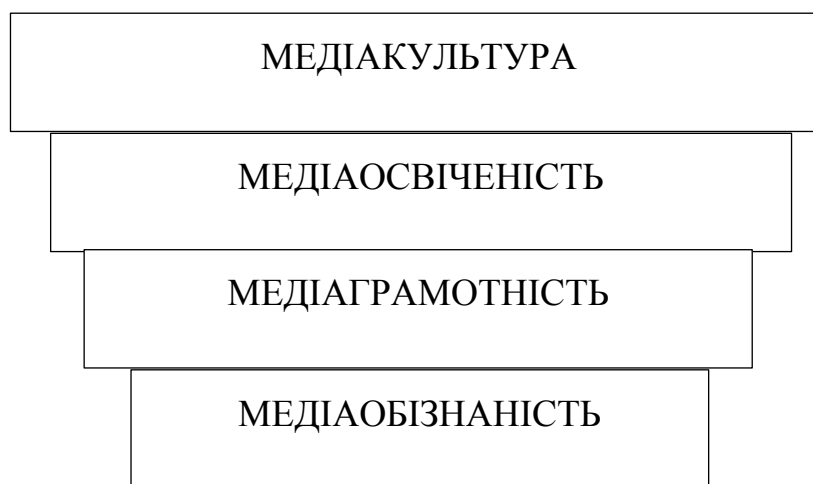


Рис. 1.1. Співвідношення основних складових медіакультури особистості (О. Коневщинська)

Медіаосвіченість – представлена як розвинута здатність до сприймання, аналізу, оцінки і створення медіатекстів, до розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа, а також здатність бути носієм і передавачем медіа культурних смаків і стандартів,

вступати в медіадіалог між виробниками і споживачами інформаційних відомостей, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, що передбачає:

- знання способів, з допомогою яких медіа конструюють реальність;
- знання соціального, культурного, політичного та економічного значення цих конструкцій і поширюваних ними цінностей, їхньої практичної значущості й ідей, що містяться в них;
- усвідомлення того, що творці медіа текстів керуються безліччю економічних, політичних, організаційних, технічних, соціальних та культурних мотивів;
- розуміння того, що кожна людина так чи інакше долучається до селективного й аналітичного процесу дослідження медіа текстів [7].

Медіаосвіченість передбачає високий рівень розвитку медіакультури особистості. Розвиток критичного мислення – одне з найважливіших завдань медіаосвіти.

Медіаграмотність – (від англ. Media literacy – медіаписемність, медіаосвіченість) – по-перше, визначено як сукупність мотивів, знань, навичок, умінь та можливостей, що сприяють сприйманню, добору, використанню, критичному аналізу медійної інформації; здатність використовувати засоби масової комунікації для задоволення інформаційних потреб, оцінювати, створювати і передавати повідомлення різних форм, жанрів, а також аналізувати складні процеси соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в суспільстві. Базується на моделі, яка заохочує людей критично ставитися до того, що вони дивляться, слухають, читають; по-друге, визначено як комплекс навичок і вмінь користуватися технікою мас-медіа і спілкуватися за їх допомогою [8].

Як зазначається в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, медіаграмотність – це «уміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити її,

розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують» [43, 4].

Медіаобізнаність – сформульовано як систему знань про засоби масової комунікації, особливості їх функціонування, про користь і шкоду, блага і загрози, які вони несуть людині; а також як властивість комуніката вільно орієнтуватися в насиченому інформаційному середовищі, швидко віднаходити потрібні джерела інформації та сповна їх використовувати [8].

У сучасних міждисциплінарних дослідженнях поняття медіакультура розглядається двоаспектно: як соціальне та особистісне явище. Соціальний аспект (медіакультура суспільства) передбачає розгляд соціокультурних явищ, пов'язаних із медіа (світ книг, світ телебачення, світ газет і журналів, світ радіо, світ інтернет-ресурсів). Особистісний (медіакультура особистості) – орієнтований на творче самовираження через комунікаційні засоби, що забезпечують повноцінне залучення людини до суспільства [79].

Л. Масол визначає медіакультуру як « ...сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, що вироблені людством у процесі культурно-історичного розвитку [54, 349]».

Зазначимо, що Л. Найдьонова розуміє медіакультуру як « ...інноваційно-абсорбційний процес перетворення знань на всіх рівнях – від окремої особистості до суспільства в цілому, який включає як складові виклик, актуалізацію, генерацію, експлуатацію» [57, 164].

За визначенням Г. Онкович, медіакультура – « ...це здатність соціуму ефективно використовувати медіаресурси й застосовувати передові інформаційні технології [58]».

Н. Череповська визначає поняття «медіакультура» у двох аспектах: соціокультурному та психологічному. Насамперед медіакультура – це суспільний феномен виробництва та споживання медіапродукції, який передбачає взаємодію, комунікацію між цими двома умовними соціальними групами. Комунікація між виробником та споживачем, будучи опосередкованою технічними засобами, становить масову

медіакомунікацію [81].

Підтримуємо думку Н. Коновалової, що « ...медіакультура – діалоговий спосіб взаємодії з інформаційним суспільством, який включає ціннісний, технологічний та особистісно-творчий компоненти, призводить до розвитку суб'єктів взаємодії [42, 27]».

О. Шариков стверджує, що медіакультура – « ...це частина загальної культури, пов'язана з засобами масової комунікації. З одного боку – у соціальному плані (культура суспільства – медіакультура суспільства). З іншого – в особистісному (культура людини – медіакультура людини), коли акцентується взаємодія людини зі світом медіа, його сприйняття і творче самовираження через засоби масової комунікації, які у кінцевому рахунку забезпечують повноцінне включення людини у життя суспільства [82, 132-133]».

На думку Н. Шубенко, медіакультура особистості є « ...складником загальної культури особи, яка ґрунтується на знаннях про сутність і специфіку медійних артефактів, дає змогу транслювати соціокультурний досвід засобами медіа і реалізується внаслідок діалогового способу взаємодії людини з медійним суспільством [83, 6]».

У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні зазначено, що « ...медіакультура – це сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збору, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі [43]».

медіакультуру будемо розглядати як рівень розвитку особистості, що виявляється у її здатності ефективно взаємодіяти з мас-медіа, використовувати медіа-ресурси для засвоєння нових знань, знаходження, опрацювання, зберігання, передачі та представлення інформації.

1.2. Особливості формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти

Медіаосвіта стала особливо актуальною в період становлення України як незалежної держави, зорієнтованої на європейський освітній простір, що засвідчує затвердження відповідних законодавчих актів.

Медіаосвіта є головним пріоритетом освітньої політики в Україні, визначається чинниками соціально-політичного та економічного характеру, а саме: стрімкими змінами в українській і світовій економіці, реорганізацією системи вітчизняного виробництва; реформуванням української системи освіти згідно вимог європейського освітнього простору; протидією сучасній інформаційній агресії [36]. Відповідно, Національною академією педагогічних наук України рекомендовано започаткувати шкільну, позашкільну медіаосвіту, впровадити медіаосвіту в процес підготовки здобувачів вищої освіти. Отже, медіаосвіта є невід'ємною складовою професійної підготовки й майбутніх викладачів, а питання формування у них медіакультури набуває актуальності.

Особливого значення проблема медіакультури набуває у професійній діяльності педагога, оскільки сучасне інформаційне суспільство ставить відповідні вимоги до професійної підготовки педагогів, серед яких вагомими є володіння інформаційно-комунікаційними технологіями та методиками презентації навчальної інформації, здатність забезпечувати творчо-пошуковий характер навчання, вміння використовувати мультимедійні засоби навчання [40].

А визначальними чинниками реалізації поставлених завдань стає врахування інтенсивності інформаційних потоків, максимальне використання можливостей медіазасобів, підвищення ефективності пошуку, соціальна адаптація та фільтрація педагогічної інформації.

Разом з тим, реалії сучасного інформаційного суспільства не дозволяють медіакультуру розглядати тільки як набір способів обробки інформації за допомогою технічних засобів. Вона включає в себе компоненти, пов'язані з

культурою пізнання, саморозвитку особистості, передачі та формування системи знань, транслювання результатів пізнавальної діяльності суспільству. А у період переходу до інформаційного суспільства розвиток медіакультури педагога визначає ще й швидкість сприймання та обробки великих обсягів інформації, ефективність оволодіння сучасними засобами, методами та технологією роботи з інформаційними ресурсами.

За сучасних умов, як наголошує Г. Васянович, педагог « ...має не лише володіти своїм предметом, але й уміти орієнтуватися у відповідній галузі знань, здійснювати інтеграцію в рамках суміжних дисциплін, будувати навчальні плани, формувати навички самоосвіти, а нові засоби накопичення, зберігання і трансляції інформації вимагають від учителя вільного володіння персональним комп'ютером, уміння працювати в мережі Інтернет тощо [13]».

Саме тому медіакультура як суспільний феномен створює нове середовище існування, нову реальність, що дає можливість педагогу бути сучасним, активно діяти в інформаційному освітньому середовищі, використовувати найновітніші досягнення науки та техніки.

Важливим аспектом медіакультури педагога постає його критичне ставлення до інформації, дотримання етичних норм при використанні медіаресурсів, а також кодексу про авторське право захисту інформації та користувачів загальними інформаційними ресурсами, передбачення наслідків некоректної поведінки в інформаційному середовищі [6].

Відповідно, у контексті досліджуваної проблеми медіакультуру викладача будемо розглядати як складне структурне утворення, що передбачає ефективну взаємодію педагога з мас-медіа, яка сприяє розвитку знань, умінь, навичок повноцінного сприймання та інтерпретації інформації за допомогою медіаресурсів.

Інтенсивне оновлення суспільства закономірно призводить до зміни професійної освіти педагога, яка збагачується не лише знаннями, уміннями, але й сприйманням оточуючого світу. Саме тому одним із шляхів вирішення актуалізованої проблеми є цілеспрямоване формування медіакультури

майбутніх викладачів.

Вітчизняні стратегії формування медіакультури майбутніх викладачів активно представляють сучасні наукові дослідження. Так, Н. Духаніна визначила педагогічні умови застосування медіаосвітніх технологій у підготовці студентів. Одержані результати полягають у теоретичному обґрунтуванні й експериментальній перевірці педагогічних умов ефективного застосування медіаосвітніх технологій, як-от: « ...створення медіаосвітнього середовища закладу вищої освіти; розроблення та інтеграція спецкурсів медіаосвітньої спрямованості в зміст професійної підготовки; формування готовності магістрантів до використання медіаосвітніх технологій; узгодженість навчально-виховного процесу з медіакультурним розвитком майбутніх фахівців [28].

У контексті нашого дослідження великий інтерес викликає досвід впровадження спеціалізованого навчального курсу «Основи медіакультури», метою якого є розв'язання завдань трьох груп [28].

Першу групу спрямовано на формування мотиваційно-ціннісних чинників, переконань та ініціативності, що сприятимуть досягненню успіху в обраному виді діяльності; пробудження інтересу та бажання до застосування медіаосвітніх технологій для задоволення інформаційних, інтелектуальних, культурних і комунікаційних потреб особистості; формування готовності магістрантів до їх використання та прагнення до розвитку й саморозвитку за посередництва технологій медіаосвіти.

Друга група завдань передбачає засвоєння магістрантами теоретичних знань з медіаосвіти, медіакультури, технологій медіаосвіти. Спецкурс ураховує, що успішність практичної підготовки магістрантів залежить від ефективного опанування теоретичної бази. У завданні курсу викладено основні теоретичні питання, засвоєння яких стане міцним підґрунтям для здійснення ефективної діяльності із залученням медіаосвітніх технологій.

Третю групу завдань спрямовано на застосування й поглиблення здобутих знань на практиці, їх обмін, трансформацію у власний досвід,

формування інформаційних, історико-теоретичних, методичних і креативних умінь створення якісної медіапродукції [28].

Теоретично обґрунтовані й експериментально перевірені педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх педагогів представлено у Ю. Казакова [38]. З-поміж умов науковець виокремлює такі:

1) розгляд медіаграмотності майбутнього вчителя як складника професійної педагогічної культури;

2) інтеграцію медіаосвіти до змісту фахової педагогічної підготовки майбутнього вчителя;

3) уведення спецкурсів медіаосвітньої спрямованості відповідно до спеціального (соціокультурного) напрямку медіаосвіти;

4) формування вмінь і навичок роботи з медіатекстами як метапредметних професійних якостей майбутнього вчителя, формування в майбутніх учителів потреби у взаємодії з медіатекстами;

5) цілеспрямоване використання засобів масової комунікації, які актуалізованими смислами й знаками, системними текстами й гіпертекстами впливають на формування знань, умінь і навичок взаємодії майбутнього вчителя із сучасною медіакультурою [38, 274].

Дослідник розробив комплексну програму застосування медіаосвіти в педагогічному закладі вищої освіти, яка має такі блоки:

– змістовий (теоретичні знання в галузі медіаосвіти, особливості сучасних засобів масової комунікації, зокрема для дітей та молоді);

– потребово-мотиваційний, що забезпечує формування мотивації до розвитку медіаграмотності як компонента професійної педагогічної культури;

– організаційно-діяльнісний (розвиток креативних, комунікативних, пізнавальних умінь);

– діагностико-корекційний (аналіз результатів формування медіаграмотності, розроблення програм самоосвітньої діяльності тощо).

В. Осадчий, досліджуючи формування медіакультури студентів у

педагогічному закладі вищої освіти. наголошує, що «...інтегрована в дисципліни професійної підготовки медіаосвіта через створення та застосування медіатехнологій (відео- та аудіолекцій) сприяє зацікавленості студентів роботою з навчальними медіаматеріалами, підвищує мотивацію до навчання, розвиває вміння створювати власні медіапродукти та покращує якість професійної підготовки майбутнього вчителя [60, 28]».

На думку Н. Шубенко, медіакультура особистості є складником загальної культури особи, яка ґрунтується на знаннях про сутність і специфіку медійних артефактів, дає змогу транслювати соціокультурний досвід засобами медіа і реалізується внаслідок діалогового способу взаємодії людини з медійним суспільством [83, 6].

Л. Остапенко та О. Соловйова описують наступний алгоритм упровадження основ медіаосвіти в освітній процес:

1. Реалізація спеціального підходу до впровадження основ медіаосвіти в систему підготовки майбутнього вчителя інформатики завдяки передбаченню в освітньо-професійній програмі підготовки спеціаліста вибіркової дисципліни «Основи медіаосвіти» та врахуванню в освітньо-професійній програмі підготовки бакалавра практики з медіатехнологій.

2. Організація медіаосвітньої діяльності в системі позааудиторної роботи зі студентами (майстер-класи з основ анімації та фестиваль анімаційних фільмів тощо).

3. Інтеграція до предметів фахового спрямування («Комп'ютерна графіка», «Комп'ютерні мережі», «Методика навчання інформатики» тощо) [61, 175].

Т. Фурсикова [80] пропонує такі стратегії розвитку медіакультури студентів у закладі вищої освіти:

– упровадження до програм підготовки майбутніх магістрів освіти обов'язкових спеціалізованих курсів, зміст яких спрямовано на засвоєння медіаосвітніх функцій інформаційних технологій та використання спеціалізованого програмного забезпечення для організації медіаосвітньої

діяльності;

- вивчення в традиційних фахових курсах комп'ютерних засобів і середовищ для використання в майбутній професійній діяльності;

- уведення до дисциплін навчального плану бакалаврської й магістерської підготовки окремих модулів, розділів, тем щодо застосування медіаосвітніх технологій у навчальній і майбутній професійній діяльності;

- пропозиція вибіркового дисциплін для спеціалізованого впровадження медіаосвіти [80].

Дослідження формування медіакультури майбутніх викладачів ґрунтується на системному підході, оскільки практично всі сучасні науки побудовано за системним принципом.

Специфіка системного підходу як методологічної основи наукового дослідження виражається у вивченні закономірностей і механізмів утворення складного об'єкта з окремих частин, особливостей внутрішніх і зовнішніх зв'язків між ними, що дозволяє виявити сутність досліджуваної системи як цілісного утворення [27].

Заклади вищої освіти є частиною соціальної системи й самі становлять цілісну динамічну соціально-педагогічну систему, тому управління процесом підготовки фахівців вимагає системного підходу. Освітні (педагогічні) системи, по суті, є антропологічними, оскільки мають об'єктивне призначення забезпечити формування людини як особистості й засвоєння нею системної культури людинознавства, виробленої попередніми поколіннями, дає їй життєві смисли та цілі, орієнтири розвитку [44, 15].

У навчанні майбутніх викладачів системний підхід дозволяє розкрити цілісність, послідовність і наскрізність професійно-педагогічної та медіаосвітньої підготовки й механізми, що її забезпечують, засвоїти її структуру, взаємозалежність і зумовленість компонентів, загальні особливості проектування, організації та вдосконалення.

Для формування медіакультури майбутніх викладачів системний підхід доцільно застосовувати з урахуванням різноманітних видів їхньої діяльності й

форм, об'єктів, засобів та результатів. У такому разі якість та ефективність системи професійної підготовки забезпечує успішне виконання кожного виду діяльності й злагоджена робота всіх складників.

Т. Фурсикова у своїй дисертації виділяє основні функції системи розвитку професійної медіакультури майбутніх магістрів освіти.

1. Культуротворча функція системи розвитку професійної медіакультури передбачає мотивування майбутніх магістрів освіти до духовних цінностей людини, пошуку сенсів життя, формування в студентів усталеного ставлення до медіадіяльності як культурної норми життя.

2. Розвивальна функція системи формування професійної медіакультури полягає в різнобічному гармонійному розвитку особистості майбутніх магістрів освіти, їх професійного, наукового, культурного й духовного потенціалу.

3. Прогностична функція системи розвитку професійної медіакультури полягає у формуванні прогностичних умінь майбутніх магістрів освіти, відпрацюванні навичок передбачати результати своєї діяльності, визначати її цілі й завдання, планувати, програмувати й проектувати свою діяльність для медіаосвіти тощо.

4. Адаптивна функція системи розвитку професійної медіакультури майбутніх магістрів освіти стосується адаптації фахівця до вимог і норм своєї майбутньої професії в контексті медіаосвіти [80, 178-179].

Процеси конвергенції мережних технологій, мобільних засобів зв'язку, мобільних комп'ютерів і систем геопозиціонування сприяють все більш повній залученості мільйонів людей у мережний простір, що створює умови для використання їх творчого потенціалу і підвищення рівня медіаграмотності, а відтак і медіакультури.

Медіаосвіту як діяльнісний процес розвитку і саморозвитку особистості, спираючись на засоби масової інформації, їх матеріали, визначає Г. Онкович [58, 80]. Науковець зауважує, що впровадження професійно-орієнтованої медіаосвіти, надання здобувачам вищої освіти знань з медіаінформаційної грамотності дозволяє належним чином сформувати

медіакомпетентність для підтримки відповідного рівня майбутньої професійної діяльності [58, 83].

А. Ільченко стверджує, що « ...саме завдяки медіаосвіті формується медіакультура особистості, що включає в себе медіаграмотність та медіакомпетентність [35]».

Отже, однією з вагомих особливостей процесу формування медіакультури майбутніх викладачів є впровадження медіаосвітніх технологій в навчально-виховний процес закладу вищої освіти.

1.3. Використання медіаосвітніх технологій у процесі підготовки майбутніх викладачів

Формування медіакультури особистості ґрунтується на основних положеннях – принципах, що визначають: систему вимог до медіаосвіти як специфічного освітнього напрямку; систему вимог до змісту, організації й методики викладання медіаосвітнього курсу; психолого-педагогічні механізми, які б забезпечували таке формування.

Сучасні мережні технології відкривають необмежені горизонти для застосування їх у навчальній, професійній, персональній та соціальній діяльності, а саме:

- використання відкритих, безкоштовних і вільних електронних ресурсів;
- самостійне створення мережного навчального контенту;
- надання й отримання дистанційних консультацій;
- створення й участь у групах (спільнотах) за вподобаннями;
- освоєння нових концепцій інформаційного середовища;
- отримання нових знань і формування нових навичок;
- колективна творчість і колективна взаємодія;
- критичне мислення;
- участь у діяльності мережної спільноти [41].

Сучасні електронні освітні ресурси відображують змістовно-технологічні компоненти освітніх методичних систем, формують предметно-інформаційні складові освітнього середовища (закритого і відкритого), утворюють наповнення освітніх електронних інформаційних систем, призначені для різнобічного цілеспрямованого використання учасниками освітнього процесу з метою інформаційно-процесуальної підтримки навчальної, наукової та управлінської діяльності, інформаційного забезпечення функціонування розвитку освітніх систем [43].

Засоби мережних технологій, зокрема, соціальні мережі дуже часто інтегруються з багатьма зовнішніми сайтами, сервісами та мобільними пристроями, тим самим надають принципово нові можливості передачі відомостей, набування знань та сприятимуть трансформації методів навчання і розвитку ІТ технологій.

Завдяки мережним зв'язкам формуються нові соціальні об'єднання. Зі швидкими темпами розвитку комп'ютерних технологій у спільнот з'являються нові форми для обміну, зберігання і подальшого використання знань, сучасні програмні сервіси забезпечують нам легке керування колективними знаннями, що знаходяться у периферії спільноти. Дії, які виконують користувачі віртуального інформаційного товариства, є досить простими: зробити вибір, висловити свою думку, ввести невелику кількість даних, розмістити в мережі документ, фотографію або відео файл, зберегти посилання на знайдений документ тощо [41].

Методика використання мережних технологій є актуальним напрямом теорії навчання, яка ґрунтується на таких положеннях:

– навчання визначається інструментами й об'єктами, якими користується учень. Дії над об'єктами вимагають спілкування. Це спілкування з приводу дій й об'єктів має першорядне значення для навчання;

– навчання визначається середовищем, у якому відбувається засвоєння нових знань для людини життєво необхідним є не просто сприймати й споживати інформацію, але діяти активно, одержуючи результат як винагороду

за свої дії;

– навчання відбувається в спільноті обміну знаннями, де новачки поступово стають експертами через практичну участь у розв'язанні проблем усередині конкретної галузі знань;

– колективізм ґрунтується на теоріях мережі, систем, що самоорганізуються. Нові знання постійно здобуваються. і життєво важливо розуміти різницю між важливими та неважливими знаннями [86].

Створені у соціальних мережах педагогічні спільноти є формою самоорганізації освітянської громади та можливим інструментом взаємодії між її суб'єктами та суспільством, полегшують комунікацію й інтеграцію між представниками різноманітних соціальних груп. Як результат спільної діяльності користувачів соціальних сервісів, у віртуальній педагогічній мережі накопичується величезна кількість навчальних матеріалів, доступних усім користувачам. Створення і розміщення в Інтернеті ресурсу, що забезпечує доступ до основних і допоміжних навчальних, наукових і навчально-методичних матеріалів, доступ до даних організаційного плану (розклад занять, дата й час консультацій тощо) дає змогу учневі краще планувати свій час, прокладаючи власну траєкторію навчальної діяльності, допомагає структурувати знання й поєднувати навчання з особистим життям. Привабливими рисами соціальних мережі є: безкоштовність підключення, велика кількість користувачів, однорідний контингент користувачів (у рамках груп), а також велика кількість додаткових сервісів, завдяки яким кожний може різноманітити власний віртуальний простір. Отже, підсумовуючи все вищесказане, можна впевнено стверджувати, що застосування мережних технологій як сучасного освітнього інструментарію сприяє по-перше, оптимізації навчального процесу, а по-друге, підвищенню якості медіаосвіти, а також формуванню нових компетентностей, що дозволять швидко реагувати на нові вимоги інформаційного суспільства і більше використовувати нові можливості оновленого професійного інструментарію знань і навичок.

На підставі вищезазначеного встановлено, що на даному етапі розвитку

освітньої галузі, соціальні мережі можна розглядати як технологічні комплекси організації й управління обмінами електронними даними між суб'єктами навчально-виховного процесу, соціальних відносин, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому суб'єктів, об'єднаних спільними інтересами, інформаційними потребами і навичками спілкування.

Вивчаючи зарубіжний досвід, нами було з'ясовано, що Консорціум Нових Медіа на замовлення Європейської комісії у 2015 році підготував доповідь про перспективи впровадження нових освітніх технологій у навчальний процес [67], де зазначив, що у найближчі роки за прогнозом європейських експертів в освіті все більше будуть використовувати електронні соціальні мережі, планшети і хмарні сервіси, а це, одразу ж змінить роль викладача, а також розв'яже проблему цифрової безграмотності молоді.

Отже, узагальнення різних науково-теоретичних підходів, результати здійсненого аналізу термінологічного поля дослідження засвідчують важливість і актуальність висвітленої проблеми, зокрема формування і розвиток медіакультури особистості в інформаційно-освітньому середовищі засобами мережних технологій, які використовуються учасниками навчально-виховного процесу.

Питання застосування медіаосвітніх технологій у навчально-виховному процесі досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Використання матеріалів засобів масової інформації у закладах освіти перебувало в центрі наукових інтересів Є. Міллера, Н. Саєнко, В. Усатої, І. Чемерис та ін. Російський учений О. Федоров провів ґрунтовний аналіз теоретичних особливостей функціонування та практичного застосування медіаосвіти. В Україні проблеми розвитку та функціонування медіапедагогіки, медіадидактики та медіавиховання вивчають Г. Онкович, Н. Духаніна, І. Сахневич, О. Янишин та ін. Питання розвитку масмедійних навчальних технологій у середніх закладах освіти США досліджувала С. Шумаєва.

Сьогодні науковці присвячують дослідження використанню медіаосвітніх

технологій у процесі професійної підготовки фахівців. Так, Ю. Козаков, Н. Шубенко, Н. Рижих, Т. Захарчук досліджували педагогічні умови та особливості застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутніх учителів. Гуріненко І. вивчає педагогічні умови застосування засобів мас-медіа у професійній підготовці майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки. О. Янишин досліджує проблему формування комунікативних умінь майбутніх документознавців засобами медіаосвітніх технологій. О. Галайко приділяє значну увагу ролі медіаосвітніх технологій у підготовці журналістів. І. Сахневич досліджувала педагогічні умови застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці майбутніх фахівців нафтогазового профілю. Н. Духаніна присвятила своє дослідження особливостям застосування медіаосвітніх технологій у підготовці магістрів комп'ютерних наук.

Аналіз наукових джерел із проблеми медіаосвітніх технологій дав змогу визначити низку технологій, поширених у медіаосвіті: технології особистісно-орієнтованого навчання (О. Мурюкіна); технології проектних завдань – медіаосвітні проекти (О. Спичкін, І. Фатєєва, Н. Фатєєв), технології формування медіакультури (Н. Коновалова, Н. Шубенко), медіаграмотності (І. Хижняк), розвитку критичного мислення (С. Заїр-Бек, О. Калмикова, І. Муштавінська, Дж. Стіл, К. Мередіт, Ч. Темпл, С. Уолтер); технології проведення літературно-імітаційних, театралізовано-ситуативних, образотворчо-імітаційних творчих занять (О. Федоров, Ю. Казаков) та інші.

Вивчаючи медіаосвітні технології, слід виокремити два основні підходи до їхнього розуміння і практичної реалізації:

- як частина медіадидактики, що досліджує особливості навчання за посередництва та на матеріалі медіа;
- як реальний процес навчання, у ході якого розв'язуються завдання медіаосвіти.

За Дж. Брауном, поняття медіаосвіти, медіакультури та медіаграмотності має різні визначення для осіб різних професій та спеціальностей. Традиційно

медіаграмотність давала людині можливість аналізувати та оцінювати літературні твори і створювати якісні тексти. Але у другій половині ХХ ст. вона трансформувалась у здатність компетентно аналізувати, вміло оцінювати та використовувати друковані форми комунікації, кіно, радіо- та телепрограми, а також Інтернет [84]. Ми приєднуємося до трактування медіа грамотності Дж. Брауном. Особливості застосування медіаосвітніх технологій для сформованості професійних навичок спеціалістів різних сфер діяльності будуть розглянуті нами нижче.

Ю. Казаков вважає, що залучення особистості до медіакультури відбувається у студентському віці, а задля вільного входження юнацтва в полікультурний простір дуже важливою є підготовка молоді до взаємодії зі складним інформаційним світом. Ці процеси важливі і для професійної підготовки майбутніх учителів та викладачів, оскільки саме вони є представниками сучасної культури в соціумі. Від рівня інформаційно-комунікативних знань та вмінь учителя залежить рівень розвитку медіакультури учнівської молоді [38, 274]. Складовою професійної педагогічної культури майбутнього педагога Ю. Казаков визнає медіаграмотність як уміння аналізувати, оцінювати, інтерпретувати, створювати медіатексти в різних формах. Медіаграмотність спрямована також на забезпечення професійно-педагогічної комунікації вчителя, на формування навичок роботи з комп'ютерними мережами, зокрема з Інтернетом і з електронними банками інформації [38, 275].

Автор наголошує, що медіаграмотність у контексті інтегрованого підходу до медіаосвіти в педагогічному ВНЗ хоча й формується на предметному змісті конкретних навчальних дисциплін фахового та психолого-педагогічного блоків, однак спрямована на становлення й розвиток мета предметних професійних якостей майбутнього вчителя, які включають відповідні знання (мета знання), способи дії з таким знанням. Відзначене метазнання є інваріантним щодо предметної галузі, тобто знання, за допомогою яких можна обробляти будь-яке проблемне знання людини, що стосується її професійних та життєвих ситуацій

(Г. Альтшуллер, І. Зимня, А. Хуторської, П. Щедровицький та ін.). Під час експериментальної перевірки Ю. Казаков доводить важливість впровадження спецкурсів, які, окрім лекційних занять, включали різні форми та методи медіаосвіти майбутніх викладачів. Розроблені спецкурси передбачають використання імітаційних, театралізовано-ситуативних творчих завдань на матеріалі різних ЗМК, що сприяє розвитку креативних умінь майбутніх учителів, а також створення власних медіатекстів як результат проектної роботи, проблемний аналіз змісту медіатекстів, моделювання педагогічних ситуацій, рольових ігор на медіаматеріалі. Результати експериментального дослідження засвідчили позитивну динаміку сформованості медіаграмотності майбутнього вчителя [38].

Н. Духаніна [28] наголошує на важливості застосування медіаосвітніх технологій у підготовці магістрів комп'ютерних наук, оскільки саме вони є прямими репрезентантами медіа та мають безпосередній вплив на них. Тому використання медіаосвітніх технологій сприяє вдосконаленню їхніх умінь та навичок формулювати медіаінформаційну потребу, знаходити інформацію в різних джерелах, систематизувати її за певними ознаками та критично осмислювати, визначати найважливіше та корисне в засобах масової комунікації, активно брати участь у медіапроцесі, та перш за все створювати якісний медіапродукт, грамотно організувати пізнавальну діяльність. Автор вважає, що впровадження медіаосвітніх технологій у підготовку магістрів комп'ютерних наук має здійснюватись у межах окремого курсу або дисципліни, через інтеграцію до наявних навчальних програм вищої школи та через організацію факультативів медіаосвітнього спрямування [28].

Ми поділяємо думку Н. Духаніної, особливо важливо задля успішного застосування медіаосвітніх технологій враховувати особливості професійної підготовки магістрантів, вимоги сучасності та роботодавців до професійних і особистісних якостей магістрів комп'ютерних наук, особливості інформатизації навчально-виховного процесу й розвитку інформаційного суспільства, особливості впровадження медіаосвіти у професійну підготовку фахівців із

технічною освітою, основні характеристики технологій медіаосвіти, необхідність розвитку медіакультури магістранта як важливого та необхідного фактору його інформаційного, інтелектуального і культурного розвитку [28].

У процесі дослідження автор встановила, що для запровадження в освітньо-виховний процес даних технологій доцільно створити навчально-методичний комплекс, саме тому у процесі формувального етапу експерименту було введено спеціалізований навчальний курс «Основи медіакультури». Н. Духаніна під час формувального експерименту за допомогою отриманих даних засвідчила, що магістранти підвищили рівень володіння знань з історії, теорій та технологій медіа й медіаосвіти; набули навичок самостійно і критично сприймати, оцінювати, розуміти, аналізувати, синтезувати інформацію; розуміти прихований смисл соціальних, економічних, політичних та культурних медіатекстів; аналізувати й коригувати свою медіадіяльність, самостійно здобувати знання за допомогою та на матеріалі медіа; навчилися основних прийомів створення якісної продукції медіа. Тим самим дане дослідження довело ефективність використання медіаосвітніх технологій у процесі підготовки магістрів комп'ютерних наук [28].

О. Галайко, продовжуючи тему фахівців, які мають безпосередній вплив на медіа, присвячує своє дослідження медіаосвітнім технологіям у професійній підготовці журналістів. Вона зазначає, що медіаосвіта сформувалася на основі журналістики, соціальних комунікацій, педагогіки і широко використовує напрацювання цих дисциплін. Особливо актуальною ця наука є для журналістів, адже саме вони є творцями медіапродукту, а відтак повинні знати всі тонкощі його виробництва і сприймання аудиторією, а також розуміти можливі наслідки своєї діяльності [18].

Медіаосвіта майбутніх журналістів, як зазначає авторка, має першорядне значення, адже саме вони будуть створювати медіапродукт і впливати за допомогою нього на суспільство. Роль медіаосвітніх технологій у навчанні журналістів вона поділяє на загальноосвітню та специфічну. На її думку, загальноосвітня полягає в досягненні тих самих освітніх завдань, що і за

допомогою традиційних засобів навчання: підручників, посібників тощо. З цієї точки зору медіаосвітні технології допомагають майбутнім журналістам швидше і точніше визначити своє місце в системі суспільних відносин, вибрати бажане соціальне становище; сприяють становленню особистості студентів, дозволяють їм стати активними членами суспільства; озброюють їх необхідними знаннями; формують світогляд і розвивають творчі здібності [7]. Суть специфічної ролі в тому, що медіаосвітні технології у журналістському середовищі – це засіб для створення продукту, а також сам продукт, який після завершення навчання будуть виробляти журналісти. Виходить, що за допомогою медіаосвітніх засобів і технологій студенти вчаться на зразках результатів діяльності своїх старших колег.

О. Галайко підсумовує, що медіаосвітні технології в журналістиці – це навчання практиці на практиці. Такий спосіб роботи значно пришвидшує опанування студентами фаху. За допомогою технологій медіаосвіти журналіст може визначити власні орієнтири в умовах надлишку різної інформації, навчитися грамотно сприймати її, розуміти, аналізувати, мати уявлення про механізми і наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів [18].

Але не менш важливим є і використання засобів мас-медіа у підготовці фахівців, які не пов'язані з практичною теорією медіаосвіти, яка присвячена вивченню технічних особливостей устаткування та навчання використання приладів медіа, зокрема й для створення власного медіаконтенту. Тобто те, що має відношення до професійної підготовки операторів, фотографів, комп'ютерників тощо [34, 43]

Це доводить І. Гуріненко, яка провела дослідження стосовно умов використання засобів мас-медіа у професійній підготовці працівників сфери забезпечення безпеки населення, зокрема майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки. Опитування, яке було проведене нею, засвідчило, що головний напрям підготовки означених фахівців має бути орієнтованим на підготовку до масово-роз'яснювальної роботи. Масово-роз'яснювальна робота з питань пожежної та техногенної безпеки передбачає роботу із населенням та

мас-медіа як засобу трансляції інформації. З огляду на це практичного значення набуває застосування засобів мас-медіа у курсі професійної підготовки майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки до масовороз'яснювальної роботи. Авторка впевнена, що сформульовані теоретичні положення щодо застосування засобів мас-медіа у навчанні можна вважати переконливим ілюстративним матеріалом, що допомагає підвищити рівень професійної підготовки майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки [26, 19].

На нашу думку, тут важливо зауважити, що у світі існує розмежування підходів щодо визначення самого терміна «медіаосвіта». Перший полягає у розумінні медіаосвіти як наряду педагогіки, що забезпечує вивчення закономірностей масової комунікації. Основними завданнями такої медіаосвіти є підготовка нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, сприйняття, розуміння, усвідомлення наслідків впливу різної інформації, навчання способів спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів [73]. З іншої точки зору, медіаосвіта – це процес розвитку особистості посередництвом і матеріалами засобів масової комунікації: преси, радіо, телебачення, кіно, інтернет, інших мультимедійних комп'ютерних систем. У цьому випадку головне завдання медіаосвіти – розвивати «... вміння поставити ЗМІ на службу людям, взяти з них найцінніше, а також активно брати участь у створенні власних медіапродуктів [7]».

І. Гуріненко, під час свого дослідження ймовірно керується саме другим підходом щодо розуміння медіаосвіти і тому стверджує, що професійна підготовка курсантів ВНЗ МНС України до організації та проведення масовороз'яснювальної роботи передбачає формування медіакомпетентності як готовності до використання засобів мас-медіа у професійній діяльності. Автор провела формувальний експеримент, метою якого була перевірка припущення про те, що засоби масмедіа є потужними навчальними засобами і процес професійної підготовки майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки буде ефективнішим, якщо їх застосовувати у навчальному процесі [26].

Проведена апробація експериментальної методики застосування засобів мас-медіа, шляхом впровадження факультативного курсу «Медіа- культура та масово-роз'яснювальна робота» у професійній підготовці майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки, підтвердила виразну позитивну динаміку рівнів сформованості медіакомпетентності майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки [26].

Тому результати дослідження, проведеного І. Гуріненко, вказують на ефективність запропонованих і впроваджених нею педагогічних умов застосування засобів мас-медіа у професійній підготовці майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки [26].

Перебуваючи у пошуках нових педагогічних технологій для підготовки майбутніх фахівців вищих технічних навчальних закладів, зорієнтованих на формування особистості, розвиток творчості й самостійності, І. Сахневич звертає увагу на розвиток медіаосвіти майбутнього фахівця нафтогазового профілю, як складової його професійної підготовки. Вона вважає, що професійне становлення інженера повинно відбуватись не лише за умов самостійного здобуття знань, а й їх реалізації відповідно до вимог сьогодення [68].

Сахневич І. вважає, що «професійна підготовка майбутніх фахівців нафтогазового профілю із застосуванням медіаосвітніх технологій трактується як складний багатоступеневий процес, що передбачає засвоєння певного обсягу фахових теоретичних знань, набуття умінь та навичок професійної діяльності у нафтогазовій галузі, що сприяє формуванню готовності майбутнього фахівця до самостійної практичної діяльності у нафтогазовій галузі за додаткового посередництва медіаосвітніх засобів та технологій фахового характеру [68].

На думку автора, технічне спрямування професійної підготовки майбутніх фахівців нафтогазового профілю обмежує використання медіаосвітніх технологій. Відтак їх доцільно інтегрувати у професійну підготовку у вигляді медіаосвітніх елементів змістових модулів традиційних навчальних гуманітарних або загальнопрофесійних дисциплін із гуманітарною

складовою. Тематика таких дисциплін не повинна суперечити використанню медіатехнологій як додаткових навчальних джерел для підвищення ефективності навчального процесу [68]. Отож, медіаосвітні технології повинні використовуватись лише у тій частині навчальних дисциплін, яка має дослідницький характер та передбачає пошук необхідної інформації, її опрацювання, критичний аналіз та відбір згідно з навчальною тематикою.

Ми погоджуємося з І. Сахневич, що найбільш ефективним способом застосування медіаосвітніх технологій у вищих технічних навчальних закладах є розроблення медіатехнологічних схем та медіатехнологічних карт, які дозволяють не тільки унаочнити процес залучення медіаосвітніх технологій до професійної підготовки, але й описати його у вигляді певних етапів, дій, медіазасобів і відповідно до них – медіатехнологій.

Під час проведення автором експерименту досліджено основну методику ефективної реалізації педагогічних умов застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці. Її основу склала навчальна програма спецкурсу з основ медіакомпетентності для студентів технічних спеціальностей за напрямом підготовки «Нафтогазова справа». Практичну реалізацію програми здійснено на основі навчальних матеріалів практикуму з основ медіакомпетентності для студентів I-IV курсів технічних спеціальностей. Медіаосвітні елементи її змістових модулів інтегровано в навчальні програми фахових дисциплін із гуманітарною складовою у вигляді аудиторної та самостійної роботи студентів на семінарах із залученням індивідуально-дослідних завдань творчого характеру. Виконання фахових творчих завдань для самостійного оволодіння основами медіакомпетентності довело ефективність медіаосвітніх технологій у формуванні медіакультури майбутніх інженерів нафтогазового профілю на її основних рівнях: медіаграмотності та медіакомпетентності [68].

Отже І. Сахневич під час свого експериментального дослідження констатувала зростання рівня професійних навичок та медіакомпетентності майбутніх фахівців нафтогазового профілю, шляхом запровадження

розроблених нею педагогічних умов застосування медіаосвітніх технологій до процесу їх професійної підготовки у вищих навчальних закладах [68, 396].

Підсумовуючи все вище зазначене, можна стверджувати, що вивчення досвіду в галузі медіаосвіти, зокрема в сфері використання медіаосвітніх технологій для підготовки фахівців до професійної діяльності потребує подальших досліджень. Сучасні науковці, дослідники та педагоги, освоївши вже надбаний досвід, зможуть ефективніше розвивати свої теоретичні ідеї, удосконалити експериментальну роботу у закладах вищої освіти, що дозволить їм підвищити рівень професійної підготовки студентів та якісно покращити рівень їхньої медіакультури.

Як засвідчило дане дослідження, сучасний рівень застосування медіаосвітніх технологій у вищій школі не дозволяє повною мірою користуватися перевагами даних технологій у професійній підготовці фахівців окремо взятих спеціальностей. В умовах постійного зростання використання новітніх технічних засобів та вимог до підвищення якості професійної підготовки фахівців, впровадження медіаосвітніх технологій до навчально-виховного процесу закладів вищої освіти є не лише доцільним, а й необхідним.

Таким чином, встановлено, що використання мережних технологій як допоміжних засобів у процесі об'єднання навчально-методичної і комунікаційної сфер життя особистості позитивно впливатиме на ефективність процесу формування медіакультури майбутніх викладачів.

1.4. Структура медіакультури майбутніх викладачів

У науковій літературі поняття «структура» розглядається: як множина частин або форм, які знаходяться у взаємодії та специфічному порядку, необхідному для реалізації певних функцій; як одна з основних категорій системного аналізу, що характеризує стійку впорядкованість у просторі й часі елементів системи та їх зв'язків; як стійке відображення взаємних відносин

елементів цілісного об'єкта [49].

Аналіз наукової літератури з актуалізованої проблеми свідчить про існування різних наукових поглядів та підходів щодо розуміння структури медіакультури. Це знайшло відображення в ряді педагогічних досліджень (Т. Айгіна, А. Атаян, Т. Зелінська, Н. Коновалова, С. Міхаліді, І. Овчинникова, А. Пеньков, О. Пугач та ін.).

М. Вебер до основних компонентів медіакультури відносить знання; відбір і використання медіа; розробку власного медіа продукту; аналітичні здібності, пов'язані з креативними можливостями, на яких засновані різні види медіа [14].

У своїй дисертації Ю. Куликов основними показниками медіакультури учнів визначає: інформаційну картину світу, алгоритмічну культуру мислення, інформаційну (комунікативну, комп'ютерну) діяльність пізнавальну діяльність [45].

О. Пугач виокремлює наступні компоненти медіакультури ті їх показники:

- когнітивний (сукупність знань і уявлень про інформаційну картину світу),
- операційно-технологічний (сукупність алгоритмів людської діяльності, пов'язаної зі зберіганням, передачею та обробкою інформації),
- психофізіологічний (сукупність певних психічних структур та загальних здібностей, необхідних для реалізації алгоритмів інформаційної діяльності),
- аксіологічний (система ціннісних орієнтацій, життєвих установок, етичних і моральних норм, правил і принципів поведінки) [66].

У процесі аналізу індивідуального рівня медіакультури Л. Лянова сформулювала такі загальні критерії оцінювання медіакультури особистості в медіакультурній системі:

- міра усвідомлення себе і свого місця в медіакультурній ієрархії (ідентифікація);
- міра засвоєння принципів, цінностей і норм медіакультурних

технологій;

- міра формалізації діяльності, спілкування й мислення в медіасередовищі;
- діапазон методів, застосовуваних у медіакультурній діяльності;
- пріоритетний вид комунікації та медійної мови для здійснення соціальної взаємодії з використанням медіаресурсів;
- креативність і здатність до саморозвитку в галузі медіа;
- медіакультурна етика;
- імідж у медіакультурному просторі;
- усвідомлення й оцінювання інформації, її використання засобами медіа [51, 102].

На думку Н. Коновалової основними компонентами медіакультури виступають: ціннісний, технологічний та особистісно-творчий [42].

Науковий інтерес для нас виявляють дослідження О. Федорова, який запропонував варіант класифікації показників медіакультури особистості. До цієї класифікації увійшли наступні показники: мотиваційний, контактний, інформаційний, перцептивний, інтерпретаційний/оцінювальний, практикоопераційний, креативний [73, 462]. У кожному з показників науковець пропонує виокремлювати три рівні розвитку. Зміст високого рівня розвитку медіакультури особистості учений характеризує так:

- 1) широкий комплекс різноманітних мотивів щодо роботи з медіазасобами й медіатекстами;
- 2) постійні контакти з різними видами медіа й медіатекстами;
- 3) поінформованість про історію розвитку медіа, знання базових термінів та основних теорій медіа;
- 4) здатність співвідносити з авторською позицією;
- 5) вміння критично аналізувати процес функціонування медіа й оцінювати медіатексти;
- 6) уміння самостійно вибирати, створювати і поширювати медіатексти;
- 7) креативний підхід у різних видах медіадіяльності [73, 464].

Н. Гендина відносить до основних показників медіакультури наступні:

- уміння самостійно сформулювати свою інформаційну потребу
- уміння висловлювати її словесно
- знання основних алгоритмів пошуку інформації залежно від виду запиту
- уміння взяти інформацію з джерела і правильно оформити результати

своєї інформаційно-аналітичної діяльності [19].

Як видно, використовуючи різну термінологію, науковці окреслюють ознаки виділених компонентів близькими за змістом характеристиками. У їх дослідженнях особливе визначається метою та завданнями конкретного дослідження та, відповідно, відображає специфіку наукового пошуку. В узагальненому вигляді компонентний склад медіакультури відображає:

– норми спілкування і ставлення до світу, світогляд (ціннісносвітоглядний аспект);

– наявні знання про суспільство, техніку, способи діяльності, мислення (загальноосвітній компонент);

– певні галузеві вміння та навички особистості (технологічний компонент);

– досвід творчої пошукової та дослідницької діяльності (особистіснотворчий компонент).

Із загального контексту результатів наукових досліджень виділяється аналіз структурних компонентів, поданий О. Баришпольцем у площині медіапедагогіки та її процесуальної характеристики – медіаосвіти [8].

Характеризуючи медіакультуру особистості як певний рівень її розвитку під кутом зору здатності ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі: розпізнавати, сприймати, розуміти, аналізувати, оцінювати медіа тексти, тлумачити поширювану через мас-медіа культурну, політичну інформацію й адекватно реагувати на неї, долучатися до медіа творчості, засвоювати нові знання за допомогою медіа [56], вчений до структурних компонентів медіакультури відносить медіаобізнаність, медіаграмотність та медіаосвіченість [8]. Ці категорії медіапедагогікою

виділяються як базові, а автор детально розгортає їх зміст.

Так, медіаобізнаність визначається як система знань про засоби масової комунікації, особливості їх функціонування, про користь і шкоду, блага і загрози, які вони несуть людині; а також як властивість комуніканта вільно орієнтуватися в насиченому інформаційному середовищі, швидко знаходити потрібні джерела інформації та сповна їх використовувати [8].

За таких умов медіаобізнаність як властивість медіакультурної особистості допомагає вільно орієнтуватися в насиченому інформаційному середовищі, швидко знаходити необхідні джерела інформації та ефективно їх використовувати.

Базовими для визначення сутності поняття «медіаграмотності» як здатності аналізувати, усвідомлювати, оцінювати, інтерпретувати, створювати та використовувати різні види медіатекстів у професійному й особистісному житті стали роботи К. Ворнснопа, Р. К'юбі, О. Федорова.

Процес розвитку медіакультури педагогів передбачає оновлення медіазнань (уявлень, термінів, фактів, які відображають систему мас-медіа), вдосконалення медіавмінь (здійснення медіаосвітньої діяльності на основі медіазнань) та медіанавичок (здійснення медіаосвітньої діяльності на рівні автоматизованих дій) та характеризує високий рівень розвитку медіакультури особистості [56].

Такий підхід до змістової інтерпретації медіакультури й характеризується поняттям медіаосвіченість особистості, яка передбачає її здатність бути носієм та передавачем медіакультурних стандартів; здатність вступати в медіадіалог між виробниками і споживачами медіа; здатність створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства та проявляється у високому рівні сприймання, аналізу, оцінки і створення медіатекстів, розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем передавання інформації, використанні медіа.

З урахуванням проведеного аналізу медіакультури педагога, визначення її

специфіки та функціональних особливостей, у тому числі культурологічного та медіаосвітнього характеру, до структури медіакультури викладача відносяться наступні компоненти:

I. Мотиваційний компонент – актуалізує мотиви щодо розвитку медіакультури, бажання самостійно поповнювати свої знання в галузі медіакультури, прагнення до критичного сприймання та аналізу інформації, одержуваної через засоби медіа, прагнення до вдосконалення своїх знань і умінь в галузі інформаційно-комунікаційних технологій.

II. Когнітивний компонент – забезпечує оволодіння знаннями, що дозволять здійснювати професійну діяльність з використанням медіа-засобів, медіа-ресурсів, займатися самоосвітою.

III. Діяльнісний компонент – забезпечує практичне застосування знань, розміщених у медіапросторі.

IV. Оцінний компонент – виявляється у здатності критично аналізувати й оцінювати медіатексти, протидіяти медіаманіпуляціям.

V. Комунікативний компонент – забезпечує поєднання процесів сприймання та впровадження в практику норм поведінки, орієнтований на комунікативні процеси (медіакомунікація та міжкультурна взаємодія), етику спілкування у медіа просторі, накопичення професійного досвіду.

У межах кожного компоненту заданої структури вирішуються певні завдання та реалізуються певні функції. Розглянемо характеристику кожного компонента структури більш детально.

Мотиваційний компонент відображає сукупність мотивів та цінностей особистості, які дозволяють їй здійснювати професійну діяльність шляхом використання медіазасобів та медіатехнологій; мотивацію викладачів до діяльності з використанням медіазасобів; медіаосвітню спрямованість організації процесу розвитку медіакультури викладача.

Аспекти мотивації розглядаються багатьма дослідниками (Д. Ашировим, В. Сластьоніним та ін.), які характеризують її як спонукання до дії, до усвідомлюваної причини, від якої залежить вибір дій і вчинків особистості.

Так, Н. Басова поділяє мотиви на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх мотивів відносить процесуальні, результативні, мотиви саморозвитку, які сприяють самоосвіті та самовдосконаленню. Зовнішні мотиви: суспільні та особистісні, що відображають самоствердження, оцінку, успіх у реалізації певного виду діяльності [9].

З точки зору Д. Аширова, мотивація є процесом, що бере початок з фізіологічної чи психологічної потреби, активізує поведінку, спрямовану на досягнення мети [4].

Даний компонент, на думку О. Федорцової, окрім мотивів здійснення професійної діяльності та потреб у самовдосконаленні та саморозвитку, містить також ціннісні установки професійної реалізації та формування цілісної особистості з високим рівнем загальної культури [75].

Мотиваційний компонент є певною мірою стрижневим щодо розвитку високого рівня медіакультури педагога, оскільки від того, наскільки вмотивованим є вчитель до медіаосвітньої діяльності, залежить зміст і характер професійної діяльності.

Сама структура мотиваційного компоненту багатозначна за змістом і формами та включає певні групи: професійні, утилітарні, пізнавальні, мотиви саморозвитку.

У цілому, мотиваційний компонент актуалізує мотиви і ціннісні орієнтації особистості, які спрямовують її на пізнання медіапростору і його основних понять, формування пізнавального інтересу, здобуття нових фахових знань, інтегрування знань про сутність і особистісний сенс самовдосконалення, спонукають до відкритості до всього нового. Його характер виявляється у потребі працювати з різними джерелами інформації, усвідомлення постійного оновлення фундаментальних знань та загальнокультурної підготовки, що входять до змісту медіаосвіти

Когнітивний компонент передбачає володіння вчителем системою знань, які є основою теоретичної підготовленості вчителя закладу освіти до здійснення ним медіаосвітньої діяльності, зумовлюють успішність розвитку

його медіакультури. Ми погоджуємося з висновками Ю. Кулюткіна про те, що знання – це не просто інформація, що пасивно зберігається в пам'яті, а засіб регуляції практичної діяльності, прийняття самостійних рішень у конкретних ситуаціях, принцип, що спрямовує та організовує його дії, а також критерій, завдяки якому педагог оцінює результативність своєї роботи [47].

Головною ознакою знань є їх багатофункціональність [64]. Так, наприклад, на думку А. Атаян, медіакультура вбирає в себе знання з тих наук, які сприяють її розвитку та забезпечують конкретний вид діяльності (кібернетика, інформатика, теорія інформації, математика, теорія проектування баз даних та ін.). Невід'ємною частиною медіакультури є знання нових інформаційних технологій [3].

Інваріант змісту медіаосвіти відображає компоненти медіакультури і включає:

- знання про інформаційне суспільство, особливості та закономірності його функціонування; про сутність і функції медіаосвіти, шляхи, методи та форми його реалізації;
- ціннісні орієнтації інформаційного світу і медіаосвіти;
- уміння і навички роботи з інформаційними джерелами;
- види творчої, пошукової діяльності щодо вирішення проблемних питань, що виникають під час інформаційної взаємодії [43].

Л. Пермінова стверджує, що «...зміст медіаосвіти виконує медіакультурну функцію, яка полягає в попередженні функціональної неграмотності, сприяє професійному самовизначенню особистості, соціально-професійному захисту її на основі отриманих знань, самопізнанню, здійсненню культуротворчої функції в інформаційному суспільстві [62, 23]».

Насьогодні всі діючі програми з медіаосвіти реалізуються двома шляхами: спеціальним або інтегративним. Аналіз цих підходів показав, що їх абсолютизація позбавляє цілісності процес розвитку медіакультури, тому вважаємо їх не взаємовиключаючими, а взаємодоповнюючими.

Когнітивний компонент передбачає засвоєння педагогами інтегрованих

теоретичних, методичних і практичних знань щодо використання сучасних медіаосвітніх технологій, які забезпечують розвиток медіакультури учнів. Даний компонент проявляється, перш за все, в здатності пояснювати значення основних термінів в галузі медіаосвіти, знаннях основних алгоритмів пошуку інформації залежно від виду запиту, дослідження і аналізу інформації, отриманої через засоби медіа.

Діяльнісний компонент. Важливими компонентами медіакультури є вміння і навички. Уміння, що забезпечують виконання дій у практичній медіаосвітній діяльності, з одного боку, будемо розглядати як здатність педагога закладу освіти реалізувати цілі власного розвитку, з іншого – як цілеспрямовану динамічну систему осмислених дій, спрямованих на запуск механізмів розвитку медіакультури учнів, що ґрунтуються на знаннях соціального та фахового підґрунтя медіакультури, її структурі, принципах, особливостях.

М. Бургін і Г. Степаненко вважають, що медіакультура включає вміння розуміти інформацію, подану через різні медіатексти на звичайній або науковій мовах – знання різних мов (іноземної мови, математичної мови, мови взаємодії з інформаційними системами тощо); представляти інформацію про різні об'єкти за допомогою медіа-текстів так, зрозуміло для іншого адресата (наприклад, іншій людині або технічному засобу); перекладати тексти з однієї мови на іншу; для досягнення поставленої мети організовувати і планувати дії як окремих осіб (зокрема, свої дії) і машин (зокрема комп'ютера), так і цілих систем (людських колективів, багатомашинних комплексів, програмних засобів тощо) [12].

Науковці виділяють, як загальні, – навчальні вміння, які можуть формуватися в рамках різних навчальних дисциплін (наприклад, розуміти інформацію, отримувати інформацію з різних джерел, аналітично її опрацьовувати та ін.), так і спеціальні, що формуються на базі спільних навчальних умінь у рамках певних предметів (наприклад, перекладати тексти з однієї мови на іншу, використовувати технічні пристрої та ін.) [53].

Отже, діяльнісний компонент охоплює комплекс умінь, спрямованих на розвиток медіакультури вчителя шляхом використання власних можливостей та їх постійного вдосконалення, оволодіння різними способами та прийомами здобуття знань, умінь та навичок за допомогою медіа-засобів. Даний компонент є прикладним аспектом медіакультури, оскільки володіння теоретичними знаннями щодо основних понять медіапростору є недостатнім для медіакультурної особистості. Важливими також є здатність практичного застосування знань та навичок опрацювання медіатекстів, створених та вміщених у медіапросторі. Зазначений компонент містить прикладні вміння і навички, тісно пов'язані з медіапростором та його основною одиницею – медіатекстом, і складається з: практичних умінь самостійного відбору медіатекстів; здатності до саморефлексії при опрацюванні медіатекстів.

Оцінний компонент включає сукупність особистісних якостей і станів, які дають можливість учителю успішно здійснювати діяльність, спрямовану на формування власної медіакультури.

Під особистісними якостями вчителя Ю. Кулюткін розуміє систему поглядів і переконань, серед яких значне місце займають: розвиток у педагога емпатії (здатності розуміти внутрішній світ іншої людини і проникати в його почуття, співпереживати їм); здатність до активного впливу на учня – динамізм особистості (проявляється в ініціативі, гнучкості, різноманітті впливів і в можливості педагога активно сприймати зміни ситуації і продумувати у зв'язку з ними необхідну стратегію педагогічних впливів; у протилежність динамізму і вмінню «володіти іншими», педагог повинен володіти високорозвиненою здатністю «володіти собою» [47].

Оцінний компонент є, безумовно, важливою складовою сучасної медіакультури. Особистість, яка так чи інакше взаємодіє з медіапростором, одночасно підпадає під вплив інформації, вміщеної у його межах. Отже, спочатку задіяні виключно пізнавальні навички людини – когнітивна діяльність. Однак, сприйнявши інформацію, особистість надалі вирізняє головну думку з отриманого та розуміє, чи є інформація важливою та

корисною. Таким чином, інтерпретаційно-оцінний компонент є показником пізнавальних навичок та можливостей порівняння й оцінки, а до його складу входять: здатність до критичного аналізу медіатекстів; здатність застосовувати диференційований підхід щодо інформації (важлива/неважлива; корисна/шкідлива) та протистояти маніпулятивному впливу інформації; здатність пов'язувати інформацію з особистим досвідом; здатність до аргументованої згоди чи заперечення авторської позиції; здатність до індуктивного і дедуктивного аналізу.

Комунікативний компонент відіграє вагомую роль у структурі медіакультури, оскільки визначається частотою контактів з медіапростором, характером комунікації, здатністю до міжкультурного аналізу медіатекстів, дотримання етичних правил спілкування у медіапросторі. Медіакультура – це процес спілкування між різними особистостями, соціальними групами, країнами, народами тощо. Саме її комунікативний компонент дає можливість виступати їй потужним каталізатором діалогу культур, завдяки чому відбувається обмін культурною інформацією. Розвиток форм і способів комунікації – найважливіший аспект культурної діяльності людства. З її розвитком знайдено надзвичайно широкі можливості передачі та обміну різноманітної інформації від первісних сигнальних засобів до сучасного супутникового телебачення та комп'ютерних мереж.

Представлена структура медіакультури майбутніх викладачів є основою для визначення критеріїв та показників її розвитку у закладах вищої освіти.

РОЗДІЛ 2

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ В УМОВАХ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

2.1. Критерії та показники формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти

Визначення й обґрунтування критеріїв та показників формування медіакультури майбутніх викладачів є одним з найбільш важливих завдань нашого дослідження. Критерії та показники сформованості медіакультури мають вагоме теоретичне значення тому, що концентрують у собі сутнісні детермінанти цього явища, а також мають практичний інтерес, оскільки можна їх використовувати для моніторингу якості медіаосвітньої діяльності фахівців освітньої галузі.

Для обґрунтування критеріїв і показників формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти, важливо звернутися до тлумачення цих понять в енциклопедичній і спеціальній літературі. Зокрема в довідковій літературі зазначено, що поняття «критерій» – це «підстава для оцінки, визначення та класифікації чогось; мірило» [15, 588], а «показник» – «1) свідчення, доказ, ознака чого-небудь; 2) наочні дані про результати якоїсь роботи, якогось процесу; дані про досягнення чого-небудь; 3) явище або подія, на підставі яких можна робити висновки про перебіг якого-небудь процесу; 4) кількісна характеристика властивостей процесу, виробу» [15, 1024].

В наукових джерелах поняття «критерій» тлумачать порізно: критерій – підстава для оцінки, визначення або класифікації чогось; мірило істинності, вірогідності людських знань, їх відповідності об'єктивній дійсності [70, 83]; ознака, взята за основу класифікацій [72, 196]; якість явища, що віддзеркалює його суттєві характеристики і саме тому підлягає оцінці [48, 35]; ознака, на

підставі якої здійснюється оцінка, визначення чи класифікація чогось [20].

На думку І. Мавріної, А. Мотишевої [52, 30], «критерій» – це засіб, за допомогою якого вимірюються рівні, ступені вияву того чи того явища. Застосування критерію дозволяє визначити перевагу якогось вибору порівняно з іншими; перевірити відповідність результату поставленій меті або оцінити ступінь її реалізації, тобто він є еталоном, на підставі якого можна оцінити й порівняти результати. При цьому критерії не фіксують найбільш перспективних і продуктивних принципів та способів дії, а тільки виражають об'єктивні закони й логіку розвитку явища [76, 584].

Погоджуємося з Т. Фурсиковою про те, що «...критерії – це якості, властивості, ознаки досліджуваного об'єкта, які дають змогу визначити мірило його розвитку; показники – кількісні або якісні характеристики сформованості кожної якості, властивості, ознаки досліджуваного об'єкта [80, 266]».

Базовим критерієм оцінки досліджуваного явища став рівень формування медіакультури майбутніх викладачів, що включає значну кількість структурних компонентів, кожен із яких вимагає спеціального розгляду.

В основу визначення критеріїв та показників досліджуваного явища покладено структуру медіакультури майбутніх викладачів, що розглянута у параграфі 1.4. Зауважимо, що критерії та показники мають бути об'єктивними і поєднувати найсуттєвіші ознаки досліджуваного явища; охоплювати типові сторони процесу чи явища, формулюватися чітко, лаконічно, точно; включати ті характеристики, які не вступають у протиріччя між собою та складають у результаті цілісну картину щодо досліджуваного явища [46].

Основними критеріями оцінки результативності формування медіакультури майбутніх викладачів стали: мотиваційний, когнітивний, операційний, особистісний.

Охарактеризуємо їх.

В процесі розвитку медіакультури майбутніх викладачів збалансованість зовнішньої та внутрішньої мотивації й вказує на оптимальні умови його протікання, а отже й на наявну динаміку властивостей та якостей слухача як

перспективний процес.

За таких умов сам мотиваційний критерій має комплексне змістове наповнення та включає такі показники:

Соціальні мотиви:

- потреба стати конкурентоспроможним фахівцем на ринку праці;
- потреба знаходити ефективні способи вирішення питань, які виникають у сфері медіаосвіти.

Особистісно-професійні мотиви:

- потреба забезпечити умови для професійної мобільності;
- потреба вдосконалювати професійні знання та уміння на основі використання медіаосвітніх технологій;
- потреба здійснювати професійну діяльність з використанням медіаосвітніх ресурсів;
- потреба знаходити та використовувати джерела інформації в медіапросторі.

Когнітивний критерій у межах досліджуваної проблеми визначає наявність у майбутнього викладача загальних і спеціальних знань, зорієнтованих на розвиток медіакультури.

Вважаємо, що викладачу для розвитку власної медіакультури та медіакультури студентів, необхідні як загальні, так і спеціальні знання, оскільки сформованість знань тільки окремої групи призводить до обмеженості й малопродуктивності певного виду діяльності.

Виділяємо показники когнітивного критерію:

Загальні знання:

- знання, що обумовлюють загальний кругозір (знання з основ філософії, соціології, права тощо);
- знання, що обумовлюють професійний кругозір (психолого-педагогічні, знання теорії та методики викладання предмета, теорії і методики виховання, змісту та методів роботи тощо);
- знання, що обумовлюють культурологічний кругозір (знання з культури,

краєзнавства, літератури, моралі, основ етики, естетики, мистецтва тощо).

Спеціальні знання:

- знання історико-теоретичних аспектів становлення та розвитку медіаосвіти;
- знання про медіакультуру як мету та результат медіаосвіти (історія розвитку, базові категорії та поняття);
- знання про зміст та специфіку основних форм реалізації медіаосвітньої діяльності;
- знання про види та способи використання медіаосвітніх технологій;
- знання основних методів, засобів, інноваційних технологій формування та розвитку медіакультури студентів;
- знання психологічних аспектів та потенційних можливостей негативного впливу медіаресурсів на особистість студента;
- знання основних санітарних вимог щодо організації роботи з використанням технічних засобів навчання.

Проаналізуємо операційний критерій, який безпосередньо пов'язаний із цілісною системою відповідних умінь, необхідних для формування й розвитку медіакультури.

Уміння, що забезпечують можливість розвивати у практичній діяльності медіакультуру, з одного боку, будемо розглядати як здатність викладачів на основі здобутих знань реалізувати цілі навчання, а з іншого, – як цілеспрямовану динамічну систему осмислених дій, що ґрунтується на знаннях соціального та фахового підґрунтя медіакультури.

Наукова важливість дослідження операційного критерію підтверджена працями А. Акімової, А. Деркача, Н. Кузьміної та багатьох інших науковців, які виділяють шість основних груп умінь (із загальної структури педагогічної діяльності): гностичні, проектувальні, конструктивні, комунікативні, організаційні, оцінні. Проаналізуємо сутнісну характеристику вмінь кожної з виділених груп.

Зміст гностичних умінь визначає дії, спрямовані на дослідження об'єкта,

процесу і результату розвитку медіакультури майбутніх викладачів. Такий підхід потребує накопичення інформації щодо актуальних тенденцій розвитку медіакультури особистості взагалі та медіакультури викладача зокрема.

Головна функція проектувальних умінь полягає у перспективному моделюванні стратегічної програми розв'язання актуальних цілей та завдань у межах досліджуваної проблеми. Зокрема, проектування мети і програм розвитку медіакультури майбутніх викладачів; моделювання ефективних форм та методів досягнення поставлених завдань; прогнозування методів і прийомів розвитку медіакультури майбутніх викладачів.

Конструктивні вміння майбутніх викладачів обумовлюють трансформацію і переведення стратегічних цілей моделі розвитку медіакультури майбутніх викладачів у тактичні та оперативні завдання, що досягається шляхом складання спеціально розроблених планів, підбором ефективних засобів їх реалізації.

Комунікативні вміння передбачають моделювання і реалізацію атмосфери психологічної підтримки процесу розвитку медіакультури майбутніх викладачів.

Організаційні вміння визначаються як такі, що поєднують у собі комплекс специфічних і взаємопов'язаних операцій, що дозволяють найбільш ефективно виконувати професійну діяльність – це сукупність практичних прийомів і способів її організації, як підґрунтя спеціальної підготовки й професійної діяльності.

Оцінні вміння – це здатність майбутнього викладача здійснювати самооцінку власної діяльності, самоконтроль, самоаналіз власних можливостей, визначати своє місце серед інших людей і їх ставлення до себе, актуалізувати успіхи та невдачі, наявність чи відсутність життєвих перспектив, проявляти вимогливість до себе, бути самокритичним та ін.

Показниками операційного критерію є:

Гностичні вміння:

- вміння аналізувати суттєві зв'язки між явищами, об'єктами, що

включені у процес розвитку медіакультури;

- вміння критично аналізувати інформацію;
- вміння аналізувати ефективність та доцільність використання медіаосвітніх технологій навчання;
- вміння аналізувати результати, отримані у процесі розвитку медіакультури;
- вміння аналізувати рівень власної медіакультури та медіакультури студентів.

Проектувальні вміння:

- уміння визначати перспективну мету та завдання процесу розвитку медіакультури;
- уміння визначати стратегію формування медіакультури студентів;
- уміння проектувати медіаосвітню діяльність, що сприятиме розвитку медіакультури студентів;
- уміння планувати і проводити медіаосвітні заходи для визначеної цільової аудиторії;
- уміння прогнозувати результат розвитку медіакультури.

Конструктивні вміння:

- уміння методично грамотно застосовувати медіаосвітні технології у навчальних цілях;
- уміння знаходити та інтерпретувати медіатексти;
- уміння створювати власні медіа-продукти для здійснення викладацької діяльності;
- уміння використовувати технічні засоби навчання (комп'ютерну техніку, проектор, мультимедійну дошку та ін.);
- уміння запускати та встановлювати мультимедійні та медіаосвітні програми;
- уміння розробляти заняття з використанням сучасних медіатехнологій;
- уміння користуватися пошуковими системами;
- уміння здійснювати цілісний аналіз процесу розвитку медіакультури.

Комунікативні вміння:

- уміння здійснювати ефективну комунікацію у системах «людина-машина», «людина-машина-людина»;
- уміння долати комунікативні бар'єри в процесі розвитку медіакультури (знання іноземних мов, вміння працювати з програмними засобами, що забезпечують комунікацію та ін.);
- уміння ефективно використовувати засоби вербальної і невербальної комунікації в процесі розвитку медіакультури;
- уміння попереджати маніпулятивний вплив інформації на студентів;
- уміння використовувати інформацію з різних медіа-джерел із дотриманням правових та етичних норм.

Організаційні вміння:

- уміння орієнтуватися в інформаційному і медіа-просторі, мережі Інтернет;
- уміння визначати оптимальні шляхи використання медіаосвітніх технологій у навчально-виховному процесі з урахуванням можливих ризиків негативного впливу інформації на студентів;
- уміння організувати навчально-виховний процес з використанням цифрових технологій;
- уміння організувати студентів для роботи з мультимедійними засобами;
- уміння організувати безпечні умови для роботи з комп'ютерною технікою.

Оцінні вміння:

- адекватно оцінювати власні професійні знання, уміння, навички;
- адекватно оцінювати якість медіа-освітньої інформації;
- оцінювати потреби суспільства щодо розвитку медіакультури викладачів, студентів.

Особистісний критерій включає професійну спрямованість та наявність особистісних якостей, які характеризують здатність викладача до діяльності, спрямованої на розвиток як власної, так і медіакультури студентів.

Показниками особистісного критерію є:

- адаптивність – здатність особистості відповідати вимогам інформаційного суспільства;
- мобільність – здатність особистості швидко адаптуватися у різних сферах педагогічної діяльності, що базується на прагненні до самореалізації, самовдосконалення; здатність оцінити свої можливості й спрогнозувати особистісний розвиток;
- рефлексивність – здатність займатися самоаналізом, тобто здатність до критичного переосмислення власного досвіду.

2.2. Визначення рівнів сформованості медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти

Для з'ясування рівнів сформованості медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти нами було проведено експериментальну роботу. В експерименті брали участь студенти Запорізького національного університету, що навчаються у магістратурі за спеціальністю «Освітні, педагогічні науки», освітньо-професійна програма «Педагогіка вищої школи» та після закінчення навчання отримують кваліфікацію «Магістр освітніх, педагогічних наук. Викладач». Кількість учасників експерименту склала 36 студентів.

Під час проведення експериментальної роботи застосовано такі методи дослідження: вивчення й аналіз філософських, психолого-педагогічних, медіазнавчих джерел; тестування, анкетування, бесіди.

На початку експерименту студентам було запропоновано відповісти на тестові завдання (Додаток А). Всього тестових завдань було 15. За кожну правильну відповідь зараховувався 1 бал. До високого рівня було віднесено студентів, які набрали від 15 до 11 балів, до середнього рівня тих студентів, що отримали від 10 до 6 балів, студентам, що отримали від 5 до 0 балів було призначено низький рівень.

Наступним кроком нами було проведено бесіди зі студентами за темами: «Ефективність та доцільність використання медіаосвітніх технологій навчання», «Застосування медіаосвітніх технологій у навчальних цілях», «Використання технічних засобів навчання (комп'ютерну техніку, проектор, мультимедійну дошку та ін.)», «Використання пошукових систем», «Використання інформації з різних медіа-джерел із дотриманням правових та етичних норм», «Безпечні умови для роботи з комп'ютерною технікою».

Після бесід студентам було запропоновану анкету «Оцінювання рівня професійної медіакультури майбутніх магістрів освіти» (автор анкети Т. Фурсикова) [80, 503-515].

Анкета містить вісім блоків:

I блок – оцінка сучасних тенденцій щодо використання медіа. Студентам треба відповісти на кожне питання «так» чи «ні». У блоці – «Оцінювання сучасних тенденцій щодо використання медіа» – передбачено шкалу: «оцінка інтересу до медіа», шкалу «перевага жанру масової інформації», шкалу «проведення дозвілля». Цей блок дозволяє виявляти інтерес до медіакультури, медійної інформації, видів і жанрів медіатекстів, вплив медіа на дозвільну діяльність.

II блок – самооцінка вмінь медіакомпетентності. Студентам пропонується оцінити свої здатність і готовність (за семибальною шкалою, де: 1 – не яскраво виражена, 2 – ні, 3 – швидше ні, ніж так, 4 – не знаю, 5 – швидше так, ніж ні, 6 – так, 7 яскраво виражена). Цей блок виявляє самооцінку вмінь медіакомпетентності. В основу побудови цього блоку покладено класифікацію вмінь медіакомпетентності С. Дж. Берена і обов'язкових умінь медіаграмотності В. Вебера.

III блок – мотиваційний. Студентам пропонується дати відповідь «так» чи «ні» на кожне питання. Блок дозволяє виявити рівень мотиваційного показника медіакомпетентності. Цей блок засновано на характеристиках рівнів розвитку медіакомпетентності й класифікації мотивів, розроблених Дж. Поттером, критеріях розвитку мотиваційного показника медіакомпетентності О. Федорова.

IV блок – інформаційний. Студентам треба відповісти на кожне питання «так» чи «ні». Цей блок – інформаційний – дає змогу виявити наявні знання респондентів про зв'язок реального світу з медіатекстами, галузями медіавиробництва і їх походження, про вплив медіа, визнання впливу медіа на суспільство та індивідуумів тощо. Блок засновано на класифікації рівнів інформаційного показника розвитку медіакомпетентності особистості, розробленої Дж. Поттером й описі інформаційного показника медіакомпетентності О. Федорова.

V блок – перцептивний. Перед відповідями на питання студентам пропонується ознайомитися з усіма можливими варіантами та виберіть найбільш відповідний для них і лише після цього поставити галочку навпроти того варіанту, який відповідає їх думці. V блок – перцептивний – засновано на ідеї Д. Букінгема про «медіасприйняття як активний і соціальний процес», класифікації рівнів медійного сприйняття О. Бондаренко, умовах перцептивного показника медіакомпетентності, описаного О. Федоровим.

VI блок – інтерпретаційно-оцінювальний. Студентам треба дати відповідь «так» чи «ні» на кожне питання. Блок – інтерпретаційно-оцінний – дозволяє виявляти рівні інтерпретації та оцінки медіатекстів. Блок побудовано на умовах інтерпретаційнооцінювального показника медіакомпетентності, сформульованих О. Федоровим.

VII блок – практично-операційний. Студентам треба відповісти на кожне питання «так» чи «ні». VII блок – практико-операційний – укладено на характеристиках рівнів практично-операційних (діяльнісних) показників, розроблених Н. Хілько.

VIII блок – креативний. Студентам так як і в 5 блоці пропонується перед відповідями на питання ознайомитися з усіма можливими варіантами і тільки після цього обрати той варіант, який, відповідає їх думці. Останній блок – креативний – побудовано на класифікаціях рівнів креативного показника медіакомпетентності особистості Н. Хілько та О. Федорова [80].

Перейдемо до результатів дослідження.

Узагальнені результати анкетування, тестування та бесід представлено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Рівні сформованості медіакультури майбутніх викладачів

Рівні сформованості медіакультури	У %	Кількість студентів
Високий рівень	13,9	5
Середній рівень	63,9	23
Низький рівень	22,2	8

Як можна побачити з таблиці на високому рівні сформованості медіакультури перебувають лише 5 студентів (13,9 %). Ці студенти виявляють готовність й здатність розуміти силу впливу медіатекстів, виокремлювати основний зміст медіатексту; аналізувати й виявляти основні елементи медіатексту; узагальнювати зміст медіатекстів, оцінювати значущість медіатексту або його фрагмента, визначати схожі й унікальні фрагменти медіатексту; добре розуміють мову різних медіа і їхній вплив незалежно від складності медіатекстів, можуть творчо виробляти власні медіатексти й медіапродукти та описувати їх. Студенти мають високий рівень самооцінювання вмінь у галузі медійної діяльності, що виявляється в умінні розрізняти емоційну й аргументовану реакцію під час сприйняття медіатекстів, щоб діяти відповідно, розпізнаванні умовності медіажанрів і здатності визначати їхній синтез, знанні специфіки мови різних медіа, умінні відбирати й використовувати те, що можуть запропонувати медіа, а також створювати мультимедійні об'єкти й розробляти власний медіапродукт. Магістри виявляють знання більшості базових термінів, теорій, основних фактів історії розвитку медіакультури, творчості діячів медіакультури, чітко розуміють процес масової комунікації та медійних впливів з погляду реального світу, вміють критично аналізувати процес функціонування медіа в соціумі з урахуванням різноманітних факторів на основі високорозвиненого критичного

мислення, мають практичні вміння самостійного вибору, створення й поширення медіатекстів різних видів і жанрів (створених особисто й у складі групи студентів).

Більшість студентів (63,9 %) знаходяться на середньому рівні сформованості медіакультури. Такі студенти мають середні знання щодо сутності медіакультури, знають окремі базові терміни, теорії, деякі факти історії розвитку медіакультури, масової комунікації, медійних впливів, творчості окремих діячів медіакультури, розуміють роль й вплив медіакультури на суспільну свідомість. Студенти виявляють здатність й готовність зробити зусилля, щоб сприйняти і зрозуміти зміст медіатексту, формулювати компетентне припущення про зміст медіатексту, міркувати про медіатексти критично, незалежно від того, наскільки впливовим є їхнє джерело, розробляти свої власні медіатексти, медіапродукти, усвідомлюють силу впливу медіа та впливу медіатекстів, критично оцінюють та відфільтровують неважливу медіаінформацію, розуміють зміст медіатексту, знають специфіку мови різних медіа, уміють відбирати й використовувати медійну інформацію та створювати власний медіапродукт, мають практичні вміння вибору, створення й поширення медіатекстів різних видів і жанрів (зокрема й створених особисто або в складі групи студентів).

Низький рівень медіакультури виявлено у 8 студентів (22,2 %). Для студентів з низьким рівнем медіакультури характерні низька терпимість до багатозначності медіатекстів, негативне ставлення до нових медіаповідомлень або спрощення медіатексту, слабкий інтелект і вияв творчих здібностей щодо розв'язання проблеми, невпевненість під час створення медіатекстів, тематична залежність, відсутність проникливості, тобто нерозуміння того, що є важливим у повідомленнях. Студенти мають низький рівень оцінювання своїх умінь у галузі медійної діяльності, коли респондентам потрібно робити зусилля, щоб сприймати медійну інформацію, зрозуміти й оцінити зміст медіатексту, вони слабо розпізнають різні жанри медійної інформації, не усвідомлюють впливу медіа на громадську свідомість і можливості його впливу, не знаючи специфіки

мови різних медіа, не виявляють критичного оцінювання медіатекстів, не вміють відбирати і використовувати те, що можуть запропонувати медіа, створювати власний медіапродукт. Низький рівень характеризується вибором переважно розважальних жанрових і тематичних різновидів медіатекстів, вузьким спектром жанрових, тематичних, емоційних мотивів для контактів з медіаресурсами й медіатекстами за відсутності естетичних, інтелектуальних, креативних мотивів щодо контактів з медіа. У магістрів відсутні знання щодо більшості базових термінів, теорій, основних фактів історії розвитку медіакультури, творчості діячів медіакультури, про мову різних медіа, відсутні уміння критично аналізувати процес функціонування медіа в соціумі, відсутні здібності до критичного мислення, наявні плутані судження, невпевненість, схильність до зовнішнього впливу, відсутність інтерпретація позиції героїв та авторів медіатексту. Також у майбутніх викладачів відсутні або вкрай слабо виражені практичні уміння вибору, створення й поширення медіатекстів, уміння самоосвіти в медійній галузі та / або небажання цим займатися.

Наступним кроком нашого дослідження була розробка програми формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти

2.3. Розробка програми формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти

Одним із важливих сучасних напрямів виховання молоді є формування особистісної медіакультури. Розвинена медіакультура особистості передбачає передусім актуалізовану здібність до адекватного сприймання, критичного аналізу, обґрунтованої оцінки різноманітної медіапродукції, а також здібність як до створення власних медіатекстів, так і до творчої інтерпретації, переосмислення/переструктурування існуючих. Медіакультура особистості передбачає розуміння соціокультурного й політичного контексту закономірностей функціонування медіа в сучасному світі. Процес формування

медіакультури особистості може здійснюватися, передусім, завдяки введенню спеціального медіаосвітнього курсу до програми ЗВО, завдяки самостійної роботи студентів або завдяки іншим медіа-проектам.

Нині медіакультура, як суспільний феномен виробництва медіапродукції, опосередкований засобами масової комунікації, та її споживання масовою аудиторією становить медіатизований простір, який створює нове середовище існування, нову реальну дійсність. Сучасний розвиток засобів масової комунікації й мультимедійних зокрема, обумовлює утворення нових форм життєдіяльності людини, новий досвід спілкування й співіснування.

Інформатизація/медіатизація мистецтва дає змогу долучитися будь-кому до шедеврів світової культури. Доступні фото-, відео-камера дозволяють актуалізувати, розвивати творчий потенціал у галузі відео-культури. Сучасні технології дозволяють створювати власні комп'ютерні фільми, енциклопедії, сайти, блоги, віртуальні фотоальбоми та ін. До того ж, розширюються необмежені інформаційні горизонти, що робить створену інформацію доступною для великого загалу користувачів.

Завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям, як індивідуальним (мобільні зв'язок), так і масовим (інтернет), значно розширилися комунікативні можливості людини. Засоби масової комунікації створюють умови для становлення самостійного, критичного мислення, сучасного світосприймання, естетичної свідомості, навичок художнього аналізу продукції медіа-мистецтва.

Цей перелік переваг еволюційного розвитку засобів масової комунікації можна продовжити, але зрозуміло, що медіа сьогодні по суті є засобом засвоєння світу в його комунікативних, інтелектуальних, психологічних, художніх та багатьох інших аспектах.

Проте, всі ці позитивні можливості не здійснюються автоматично. Засоби масової комунікації дозволяють активізувати знання, отримані в ході традиційного навчання, але в той же час, можуть засмічувати розум інформаційним шумом, перевантажувати пам'ять, пригнічувати уяву, шаблонізувати мислення, викривлювати вольовий розвиток дитини.

Формування медіакультури студентів має забезпечити розвиток пізнавальних інтересів, адекватного, художнього й творчого сприймання, критичного мислення, творчих здібностей молоді завдяки засобам медіа й на матеріалі медіа.

При цьому потрібно враховувати, що постійне ускладнення медіапростору призводить до виникнення нового медіаландшафту, нового медіапорядку й змінює медіакультуру в цілому.

Формування медіакультури особистості в умовах сучасної медіареальності й в Україні зокрема, становить проблему широкого запровадження медіаосвітньої практики у закладах вищої освіти. Актуальність курсу медіаосвіти обумовлено об'єктивним існуванням соціального медіакультурного феномену – медіареальності, яка характеризується небувалим розвитком засобів масових комунікацій та складає вагомий частину загального обсягу сучасного інформаційного простору. Разом із тим медіакультура завдяки медіатехнологіям глибоко пронизує життя людини та неоднозначно впливає на формування змісту свідомості, що й висуває потребу у спеціальній підготовці молоді до існування у сучасному просторі медіаінформації та у майбутньому глобальному інформаційному суспільстві.

Основне завдання медіаосвіти полягає у системному та компетентному вихованні підростаючого покоління, яке повинно навчитися не лише адекватно користуватися різноманітними медійними засобами, а й розумітися на закономірностях їх функціонування, знатися на особливостях технологій впливу ЗМК, але головне – критично мислити, розвивати особистісне, оціночне ставлення до продукції мас-медіа в цілому та спиратися на етично-естетичні орієнтири в процесі сприймання візуальної компоненти медіапродукції.

Пропонуємо курс «Медіакультура».

Мета вивчення курсу: формування теоретичної та практичної бази знань з основ медіа культури та медіа грамотності і практичних навичок ефективної взаємодії з інформацією, отриманої з медіа джерел; формувати здатність аналізувати тексти медіа.

Завдання:

- засвоїти особливості формування медіа культури викладача;
- усвідомити медіа засобів на розвиток сучасного суспільства;
- сформувати теоретичні та практичні навички медіаграмотності.

Тема 1. Медіакультура як основна вимога до особистості інформаційного суспільства.

Розглянемо спершу, що ж таке медіакультура особистості, її можна визначити як комплекс настановлень (установок щодо характеру інформаційного продукту, отримуваного від мас-медіа, як систему інформаційних потреб, орієнтацій, знань, умінь, навичок користування засобами мас-медіа та інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинених у процесі соціалізації. Медіакультура особистості зароджувалася разом із виникненням перших ЗМК і розвивалася співмірно з еволюцією системи мас-медіа. З'являлися нові й нові засоби передавання інформації, і відповідно зростали можливості людей володіти ними та пристосовуватися до їхньої специфіки. Головними механізмами розвитку медіакультури особистості були і є соціальні потреби в інформації та її споживання як реалізація цих потреб. Лише засвоєна інформація входить до загальнокультурних надбань особистості. Отже, розвиток медіакультури особистості здійснюється в нерозривному зв'язку із соціалізацією, зростанням духовності, загальної культури та освіченості.

Тема 2. Світовий досвід медіаосвіти.

Існують різні точки зору щодо соціалізаційної ролі мас-медіа. Одні бачать у них джерело знань, інші – перешкоду в освіті й вихованні; медіа розглядають і як засіб усебічного розвитку особистості, і як фактор руйнівний. В попередніх розділах ми приділили достатню увагу розглядові цих питань, створивши підґрунтя для свідомого вибору найкращої для наших умов системи медіаосвітньої підготовки. Наразі пропонуємо огляд світового досвіду – тих різноманітних концепцій медіаосвіти, які вже було впроваджено, а отже, є можливість оцінити їхній ефект і результативність. Наш аналіз охоплюватиме

всі концепції, в яких мова йде про формування медіакультури, того чи іншого її аспекту, включаючи медіа-обізнаність, медіаграмотність та медіаосвіченість загалом. концепція медіаграмотності (або візуальної грамотності), яка допомагає учневі освоїти нові комунікативні технології: мову масової комунікації, семантику, методику створення змісту; оцінкові концепції спрямовані на формування критичного мислення, що покликане відігравати роль «інформаційного захисту» від всеїдного, нерозбірливого споживання інформації; комунікативні концепції передбачають не тільки вивчення самої галузі масової комунікації, а й освоєння різноманітних процесів соціальної взаємодії в інформаційному середовищі. Тут акценти зміщені на вивчення механізмів власне комунікації, читання «прихованих» змістів. Головне полягає не в тім, щоб дати учням комплекс знань про масову комунікацію, а в тім, щоб розвивати саму здатність до спілкування з їх допомогою. Ці концепції є теоретичною базою формування медіакультури особистості загалом

Тема 3. Друковані масмедіа

Газетні жанри. Основні функції засобів масової комунікації – інформації, освіти, створення громадської думки та виховання – знаходять своє відображення в конкретних жанрових формах. Використання тих чи інших жанрів визначається в першу чергу суспільноісторичними умовами життя. (Від фр. Journal) – друковане періодичне видання. Друковані видання. Періодичне журнальне видання, що має постійну рубрикацію і містить статті або реферати по різних суспільно-політичним, науковим, виробничим та іншим питанням, літературно-художні твори.

Тема 4. Фотографія.

Фотографія, фото, також світло та світло пис (від грецького φῶς (φωτός) – світло та γράφω – пишу) – сукупність різноманітних науково-технічних засобів і технологій, які мають на меті реєстрацію одиничних довготривалих зображень об'єктів за допомогою світла. Фотографією називають також результат фотографічного процесу — зображення, електронне або отримане на певному матеріалі, здебільшого на цупкому папері. Колекції

фотографій називають фотоальбомами. Для відтворення електронного зображення потрібне устаткування на зразок комп'ютера з монітором або проектором. Фотографія широко застосовується на виробництві, в наукових дослідженнях, для офіційних документів і в дозвіллі. Художня фотографія є окремим видом мистецтва. Фотографічний процес лежить в основі створення кіно. За використанням технічних засобів фотографію можна умовно поділити на:

- Фотографію традиційну (аналогову), яка базується на досягненнях оптики та хімічних технологій у галузі світлочутливих матеріалів. Аналогова фотографія у свою чергу поділяється на монохромну (зокрема, чорно-білу) та кольорову.

- Фотографію електронну, яка базується на електронно-оптичних технологіях і технічних засобах, як аналогових, так і цифрових – цифрова фотографія.

За відтворюваними подіями на:

- Фотографію репортажну – на плівку фіксуються події, що відбуваються без втручання фотографа.

- Фотографію постановочну – зрежисовані фотографом кадри на певному тлі.

Тема 5. Кіно і телебачення.

(Грець. τήλε – далеко і лат. Video – бачу) – система зв'язку для трансляції та прийому рухомого зображення і звуку на відстані. Телебачення засноване на принципі послідовної передачі елементів кадру за допомогою розгортки. Частота зміни кадрів вибирається, в основному, за критерієм плавності передачі руху. Для звуження смуги частот передачі застосовують чрезстрочну розгортку. Вона дозволяє вдвічі збільшити частоту кадрів (а значить, зменшити мерехтіння екрану) без зміни дозволу кадру. Телевізійний тракт (від світла до світла) у загальному вигляді включає в себе такі пристрої: відеокамеру, відеомагнітофон, передавач. Приймач – телевізор. За допомогою синхроімпульсів містяться в ПЦТС телевізійний кадр розгортається на екрані

(кінескоп, РК панель, плазмова панель) в точному порядку проходження рядків зображення. Широко застосовується поширення відеопрограм на касетах та дисках (хоча це не є телемовленням).

Тема 6. Інтернет і мобільний контент.

(Від англ. Internet, Interconnected Networks – об'єднані мережі, (Інтернет)) – глобальна телекомунікаційна мережа інформаційних і обчислювальних ресурсів. Служить фізичною основою для Всесвітньої павутини. Часто згадується як Всесвітня мережа, Глобальна мережа, або просто Мережу. Відомі також жаргонізми «Інет», «Нет». Коли зараз слово Інтернет вживається в побуті, то частіше за все мається на увазі саме веб і доступна в ній інформація, а не сама фізична мережа.

Тема 7. Радіо і музика (Лат. radio – випромінюю, випускати промені, radius – промінь) – технологія бездротової передачі інформації за допомогою електромагнітних хвиль радіочастот. Історія і винахід радіо Творцем першої успішної системи обміну інформацією з допомогою радіохвиль (радіотелеграфії) у деяких країнах вважався італійський інженер Гульєльмо Марконі (1896). Проте в Марконі, як і у більшості авторів крупних винаходів, були попередники. Використання радіо Радіо використовується в комп'ютерних мережах AMPRNet, в яких з'єднання забезпечується аматорськими радіостанціями.

Тема 8. Реклама.

Реклама (лат. reclamare – «поновлювати крик, знову кричати, кликати, голосно заперечувати») – спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку. Реклама завжди звертається до людини, реклама впливає на її свідомість, на прийняття того або іншого рішення, тому без знання психології людини реклама не може бути ефективною. Глобальними факторами розвитку реклами є потреби виробництва, торгівлі та фінансів, форма державного правління, цілі різноманітних релігійних конфесій, політиків та простих громадян. Реклама

справедливо визначається як частина загальнолюдської культури. Нетоварна реклама. Пропагує які-небудь ідеї та цілі, а аж ніяк не конкретний товар. Наприклад, нафтова компанія оголошує про свою здатність бурити нафтові свердловини без забруднення навколишнього середовища.

Тема 9. Різновиди аналізу медіа текстів.

Медіатекст, на відміну від тексту, – це твір масовоінформаційної діяльності та масової комунікації. Суть медіатексту – конкретна інформація, що виражена мовленням з метою впливу на громадську думку, переконання.

Аналіз медіатекстів різних видів медіа містить:

- Критичне сприйняття.
- Ідеологічний аналіз.
- Аналіз репрезентації.
- Декодування медіатекстів
- Аналіз стереотипів.
- Сюжетний (нарративний) аналіз.
- Жанровий аналіз.
- Іконографічний аналіз.
- Семіотичний аналіз.
- Контекстуальний аналіз.
- Комерціалізація. Аналіз медіа в контексті ринку.

Тема 10. Основні засоби маніпуляції свідомістю та створення медіатекстів.

ЗМІ мають справу з інформацією, і саме контроль за інформацією дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати у ній модель вигідної суб'єкту впливу дійсності та вирішувати, які проблеми на сьогодні є найбільш актуальними. Штучно продукується таке явище, як медіа-свідомість (тобто свідомість, заснована на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях, подвійній моралі), коли реальність, пропонована ЗМІ, відрізняється від дійсної. Громадська думка через медіа-свідомість значно спотворюється. Маніпуляції можуть застосовуватись до текстів, виступів, аудіо-, відео-, фотоматеріалів.

Під час формування медіакультури варто використовувати методи усного та письмового контролю і самоконтролю.

Методи усного контролю і самоконтролю включають опитування, співбесіду, відповіді на запитання, захист проектів.

Опитування – вербально-комунікативний метод, що полягає в здійсненні взаємодії між інтерв'юером і опитуваними за допомогою одержання від суб'єкта відповідей на сформульовані запитання. Усне опитування здійснюється у певній послідовності: від формулювання запитань до відповідей та викладу своїх знань з досвіду роботи; корекція і самоконтроль викладених знань у процесі відповіді. В освіті студентів метод опитування сприяє формулюванню самовпевненості, самоконтролю за оволодінням певним матеріалом.

Відповіді на запитання – контроль, який проводиться під час комплексного заліку, що визначає рівень засвоєння теоретичного матеріалу під час курсової підготовки, сприяє формуванню вміння доводити, обґрунтовувати відповідь, систематизувати, класифікувати вивчений матеріал, переносити знання й вміння у нові ситуації.

Майстер-клас – метод контролю, який може здійснюватися за результатами апробації нового курсу, варіативної програми, участі в дослідно-експериментальній роботі, використанні нової технології навчання. Сприяє розвитку креативності та її прояву в педагогічній діяльності, вмінню доводити розпочате до кінця, самовпевненості. Може бути обраний слухачем як залікова робота, що передбачає наявність методичної розробки та оформлення за вимогами науково-методичної статті, узагальнення перспективного досвіду.

Захист випускних робіт та проектів відбувається на комплексному заліку. Під час захисту студенти презентують свою роботу як продукт самостійної дослідної діяльності, що передбачає врахування самооцінки, вміння внести конструктивні зміни після рецензування, їх аргументувати, проявляти готовність до дискусії (лаконічність відповідей, спрямованість відповідей на успішне розв'язання проблеми, комунікативна гнучкість) використання ІКТ,

мультимедійних засобів. Такий метод контролю сприяє розвитку самооцінки, самостійності.

Метод усного самоконтролю передбачає усвідомлене регулювання слухачем своєї діяльності задля забезпечення таких її результатів, які б відповідали поставленим цілям, вимогам, нормам, правилам, зразкам. Відбувається під час опрацювання відповідей на запитання, які ставляться слухачам після вивчення кожної теми (Питання для осмислення та самоперевірки), передбачає критичне ставлення вчителів до своїх здібностей і можливостей, об'єктивне оцінювання досягнутих успіхів.

Методи письмового контролю та самоконтролю передбачають тестовий та машинний контроль, письмові відповіді, індивідуальні і групові письмові роботи.

Тестовий друкований або комп'ютерний контроль та самоконтроль – це перевірочні роботи тестового типу. Ці роботи являють собою серію коротко і точно сформульованих запитань та завдань, на які слухачі повинні дати короткі і точні відповіді. Тестовий контроль може бути використаний під час заліку, а також під час навчального процесу для з'ясування засвоєння певного матеріалу, наприклад після впровадження курсу «Медіакультура». Комп'ютерний контроль та самоконтроль сприяє взаємодії трьох основних видів між тим, хто навчає, і тим, хто навчається; між окремими слухачами та групою слухачів; дорослого учня з самим собою.

Підсумковими роботами в системі професійної освіти є написання індивідуальних (проектів) чи групових (проектів) письмових робіт. Виконання проектів у закладі вищої освіти дає можливість студентам розв'язувати певні педагогічні задачі шляхом самостійних дій, використовуючи дослідницькі, пошукові, проблемні методи, творчі за своєю суттю; набувати уміння розв'язувати додаткові завдання та обов'язки у межах своєї спеціальності. Самостійна робота сприяє виробленню психологічної настанови на самостійне систематичне поповнення своїх знань і самооцінці самостійної власної діяльності.

Отже, усні й письмові методи контролю та самоконтролю дають можливість висловити думку, запропонувати власне вирішення проблеми, продемонструвати свої знання. Зворотній зв'язок здійснюється не тільки між студентами і викладачем, але й між студентами, що створює умови для співставлення та порівняння фахівцем своїх уявлень, думок, досвіду, перевірки їх істинності, раціональності, практичної діяльності тощо. Студенти на основі критичного аналізу практики педагогічної діяльності, власного педагогічного досвіду, рефлексивної оцінки себе, своїх якостей та можливостей, співставлення набутого та наявного з цілями навчання і життєдіяльності здійснюють самокорекцію, саморегуляцію своїх дій.

Успішність процесу навчання, ефективність використання в ньому розглянутих методів формування медіакультури майбутніх викладачів залежать і від матеріальних та нематеріальних передумов, тобто від засобів навчання.

Для розвитку медіакультури виокремлюємо такі засоби навчання: медіаосвітні ресурси, медіазасоби; хмарні технології, ІКТ.

Відзначимо, що у цілому засоби навчання виконують різноманітні функції: зміна ролі викладача як джерела знань (освітні медіаресурси, хмарні технології); конкретизують, уточнюють, поглиблюють відомості; є прямими об'єктами вивчення, дослідження (програмне та апаратне забезпечення); сприяють оволодінню уміннями та навичками (медіазасоби, ІКТ та ін.); є символічними засобами (макети, графіки, діаграми тощо).

Так, медіаосвітні ресурси стимулюють професійний розвиток майбутніх викладачів та мотивують студентів до навчання. Вони є засобом формування критичного мислення та розвитку творчих здібностей, засобом стимулювання бажання самоосвіти, самовдосконалення, прагнення до оновлення знань.

ВИСНОВКИ

На основі обґрунтування теоретичних засад та узагальнення результатів дослідження проблеми формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти зроблено такі висновки:

Вивчення сучасної теорії та практики професійного становлення педагогів засвідчило значний інтерес науковців до проблеми формування та розвитку медіакультури майбутніх викладачів, що викликано потребами сучасного інформаційного суспільства. Зазначено, що методологічні основи дозволяють сформулювати цілісне бачення структури та змісту досліджуваного феномена, встановити діалектичний взаємозв'язок між його компонентами.

На основі теоретичного аналізу актуалізованої проблеми представлено характеристику базових понять: «культура», «медіа», «медіакультура», «медіакультура майбутнього викладача», що відображає їх загальний зміст, специфіку, взаємозв'язок у контексті досліджуваної проблеми. Медіакультура майбутнього викладача за таких умов тлумачиться як інтегральна якість особистості, що характеризується медіаосвітньою спрямованістю, системою теоретико-педагогічних знань у галузі медіакультури, здатністю орієнтуватися в медіаінформаційному просторі, умінням мислити медіаосвітніми категоріями, свідомим використанням медіаресурсів у професійній діяльності..

Встановлено, що використання мережних технологій як допоміжних засобів у процесі об'єднання навчально-методичної і комунікаційної сфер життя особистості позитивно впливатиме на ефективність процесу формування медіакультури майбутніх викладачів

У структурі медіакультури вчителя визначено взаємообумовлені компоненти: мотиваційний, когнітивний, діяльнісний, оцінний, комунікативний. Доведено, що взаємозв'язок усіх компонентів забезпечує ефективність формування медіакультури майбутніх викладачів в умовах професійної освіти.

В основу розробки критеріїв та показників досліджуваного явища покладено змістову характеристику структурних компонентів медіакультури майбутніх викладачів, які поєднують його найбільш суттєві ознаки, типові характеристики та складають у результаті цілісну картину щодо досліджуваного феномену. Визначено критерії (мотиваційний, когнітивний, операційний, особистісний) та показники розвитку медіакультури майбутніх викладачів.

Експериментально встановлено, що більшість досліджуваних студентів знаходяться на середньому рівні сформованості медіакультури.

Розроблено курс «Медіакультура», що має за мету формування теоретичної та практичної бази знань з основ медіа культури та медіа грамотності і практичних навичок ефективної взаємодії з інформацією, отриманої з медіа джерел; формувати здатність аналізувати тексти медіа.

Отже, мета магістерської роботи досягнута, завдання виконані, гіпотеза підтвердилася.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольдов А. И. Путь к храму культуры: образование как социокультурный феномен. Москва : Грааль, 2000. 108 с.
2. Асмолов А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. Москва : МПСИ, 1996. 768 с.
3. Атаян А. М. Дидактические основы формирования информационной культуры личности в условиях информатизации общества : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. Владикавказ, 2001. 177 с.
4. Аширов Д. А. Трудовая мотивация : учеб. пособие. Москва : ТК Велби : Простект, 2005. 448 с.
5. Балл Г. О. Сучасний гуманізм і освіта: Соціально-філософські та психолого-педагогічні аспекти. Рівне : Ліста-М, 2003. 128 с.
6. Баловсяк Н. В. До проблеми визначення структури професійної компетентності фахівця. *Професійна та моральна культура в педагогічній системі*. Харків-Луганськ : Стиль Іздат, 2004. С. 6-14.
7. Барішполець О. Т. Медіаосвіта: зарубіжний досвід. *Соціальна психологія*. Київ :Український центр політичного менеджменту. 2008. № 3. С. 162-170.
8. Барішполець О. Т. Український словник медіакультури. Київ :Міленіум 2014. 196 с. URL: <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/BarishpSlovMaket2014.pdf>.
9. Басова Н. В. Педагогика и практическая психология. Ростов-на-Дону : Феникс. 2000. 416 с.
10. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва: Искусство, 1986. 354 с.
11. Бодрийяр Ж. Система вещей. Москва: Рудомино, 1999. 224 с.
12. Бургин М., Степаненко Г. Информационный поиск и компьютерная грамотность. *Информатика и образование*. 1990. № 1. С. 15-21.

13. Васянович Г. П. Вибрані твори : в 7 т. Львів : Норма, 2015. Т. 7. 368 с.
14. Вебер М. Избранные произведения. Москва : Прогресс. 1990. 808 с.
15. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. В. Т. Бусел (голов. ред.). 7-е вид. Київ ; Ірпінь: Перун, 2009. 1736 с.
16. Возчиков В. А. Философия образования и медиакультура информационного общества : дис. ... д-ра филос. : 09.00.11 / Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена. Санкт-Петербург, 2007. 413 с.
17. Гайсина Л. Ф. Готовность студентов вуза к общению в мультикультурной среде и ее формирование : монография. Оренбург : РИК ГОУ ОГУ, 2004. 113 с.
18. Галайко О. Роль медіаосвітніх технологій у підготовці журналістів. URL: http://korekta.io.ua/s119186/olga_galayko._rol_mediaosvitnih_tehnologiy_u_pidgotovci_jurnalistiv.
19. Гендина Н. И. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство (результаты российских исследований). *Школьная библиотека*. 2005. № 3. С. 18-24.
20. Гончаренко С. У. Український педагогічний енциклопедичний словник. Рівне : Волинські обереги, 2011. 552 с.
21. Горська К. Медіаконтент: трансформації на перехресті аналогової та цифрової культур : монографія. Київ : Інтерсервіс, 2016. 380 с.
22. Григорова Д. Е. Механизм манипулятивного воздействия в медиатекстах телепередач жанра реалити-шоу. *Современные тенденции в развитии российского медиаобразования*. Москва : МГУ, 2010. Т. 1. С. 45-49.
23. Гриньова В. М. Формування педагогічної культури майбутнього вчителя: теоретичний та методичний аспекти : дис. д-ра пед. наук : 13.00.04 / АПН України, Ін-т педагогіки і психології проф. освіти. Київ, 2001. 525 с.
24. Губерський Л. В., Андрущенко В. П., Михальченко М. І. Культура. Ідеологія. Особистість: Методолого-світоглядний аналіз. Київ: Знання України, 2002. 580 с

25. Гуревич П. С. Культурология : учеб. для вузов. Москва : Проект, 2003. 336 с.
26. Гуріненко І. Ю. Медіа-освіта як складова професійної підготовки працівників системи МНС України. *Наукові записки. Педагогічні науки*. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2008. Вип. 74. С. 19-20.
27. Даммер М. Д. Роль принципа научности в формуванні содержания обучения. *Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Образование. Педагогические науки*. 2012. № 4 (263). С. 30–33.
28. Духаніна Н. М. Формування медіаосвітнього середовища в умовах інформатизації системи вищої освіти. *Вища освіта України*. 2010. № 3. С. 149-155.
29. Етимологічний словник української мови : в 7 т. / ред. кол. : О. С. Мельничук; гол. ред. В. Т. Коломієць та ін. Київ : Наук. думка, 1989. Т. 3 : Кора-М. 553 с.
30. Зайцева А. В. Медіакультура та право: межі й аспекти взаємодії. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Юриспруденція*. 2014. Вип. 10–2(1). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_jur_2014_10-2\(1\)_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_jur_2014_10-2(1)_5).
31. Зражевська Н. І. Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій : дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / КНУ ім. Тараса Шевченка. Київ, 2012. 427 с.
32. Зязюн І. А. Естетичні засади розвитку особистості. *Мистецтво у розвитку особистості* : монографія. Чернівці : Зелена Буковина, 2006. С. 14–36.
33. Исаев И. Ф. Профессионально-педагогическая культура преподавателя : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. Москва : Академия, 2002. 208 с.
34. Іванов В. Ф., Шкоба О. Я. Медіаосвіта та медіа грамотність: визначення термінів. *Інформаційне суспільство*. 2012. Вип. 16. С. 41-52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2012_16_10.
35. Ільченко А. М. Особливості формування медіакомпетентності майбутніх політологів в умовах вищої школи. *Молодий вчений*. 2018. № 9.1 (61.1). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/9.1/13.pdf>.

36. Іщенко А. Ю. Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії. *Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. Відділ гуманітарної безпеки*. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1795/>.
37. Каган М. С. *Философия культуры : учебное пособие для академического бакалавриата*. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 353 с.
38. Казаков Ю. М. Функції медіаосвіти в професійній підготовці майбутнього вчителя. *Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка*. 2006. № 6 (101). С. 272-278.
39. Кириллова Н. Б. От медиакультуры к медиалогии. *Культурологический журнал*. 2011. №4 (6). URL: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/&j_id=8.
40. Колеснікова І. В. Розвиток медіакультури вчителів у закладах післядипломної педагогічної освіти : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Житомирський держ. ун-т ім. І. Франка. Житомир, 2018. 292 с.
41. Коневщинська О. Е. Розвиток медіаосвіти і медіакультури в умовах сучасного інформаційного суспільства. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2016. Т. 54, № 4. С. 32-41.
42. Коновалова Н. А. Развитие медиа-культуры студентов педагогического вуза : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. Вологда, 2004. 205 с.
43. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдьонові, М. М. Слюсаревського. Київ, 2016. 16 с.
44. Кремень В. Педагогічна синергетика: понятійно-категоріальний синтез. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2013. № 3. С. 3-19.
45. Куликов Ю. П. Методические особенности формирования информационной культуры у учащихся 5-7 классов в процессе преподавания курса ОИВТ : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Москва. 1997. 21 с.
46. Кульневич С. В. Педагогика самоорганизации: феномен содержания : монография. Воронеж : ВГПУ, 1997. 235 с.
47. Кулюткин Ю. Н. Личностные факторы развития познавательной

- активності учасників в процесі навчання. *Вопросы психологии*. 1984. № 5. С. 41-44.
48. Курило В. С. Моделювання системи критеріїв оцінки розвитку освіти в регіоні. *Педагогіка і психологія*. 1999. № 2. С. 35-39.
49. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень : Курс лекцій. Тернопіль : Економічна думка, 2005. 124 с. URL: http://library.tneu.edu.ua/files/EVD/kl_mspnd.pdf.
50. Литвин А. В. Завдання медіаосвіти у контексті підвищення якості професійної підготовки. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2009. № 4. С. 9–22.
51. Льянова Л. М. Развитие медиакультуры студентов будущих юристов : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. Владикавказ, 2014. 217 с.
52. Маврина И. А., Мотышева А. А. Проектирование системы критериальных оценок эффективности деятельности профессиональных объединений педагогов как субъектов развития образовательного учреждения. *Прикладная психология и психоанализ*. 2006. № 6. С. 30-31.
53. Марон А. Е. Андрагогический поход к построению технологии обучения взрослых. *Человек и образование*. 2006. № 6. С. 10-14.
54. Масол Л. М. Медіакультура. Енциклопедія освіти. Київ : Юнірком Інтер, 2008. 1040 с.
55. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень : монографія / І. Г. Абрамова та ін. Запоріжжя : Кераміст, 2017. 308 с.
56. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчальний посібник / О. Т. Баришполець та ін. Київ : Міленіум, 2009. 440 с.
57. Найдьонова Л. А. Перспективи розвитку медіаосвіти в контексті болонського процесу: процесуальна модель медіакультури. *Болонський процес і вища освіта в Україні та Європі: проблеми й перспективи*. Київ, 2007. С. 162-168.
58. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі. *Вища освіта України. Теоретичний та науково-методичний часопис*. Київ : Вид-

- во «Педагогічна преса», 2014. № 2 (53). С. 80-87.
59. Ороховська Л. А. Медіакультура у дзеркалі філософії історії : монографія. Київ : Центродрук, 2015. 333 с.
 60. Осадчий В. Теорія і практика мадіаосвіти майбутніх учителів в умовах вищого навчального закладу. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2011. № 3. С. 24-34.
 61. Остапенко Л., Соловійова О. Інтеграція медіаосвітньої компоненти в процес підготовки майбутніх вчителів. *Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи: матеріали VI міжнар. наук.-метод. конф.* Київ, 2018. С. 174-177.
 62. Перминова Л. М. Теоретические основы конструирования содержания школьного образования : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01. Москва, 1995. 47 с.
 63. Потятиник Б. В. Медіа: Ключі до розуміння. Медіакритика. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
 64. Професійний розвиток педагогічних працівників: практична андрагогіка / за ред. В. І. Пунцова, Л. Я. Набоки. Київ : Букрек, 2007. 208 с.
 65. Психолого-педагогический словарь для учителей и руководителей общеобразовательных учреждений. / сост. : В. А. Мижериков. Ростов-на-Дону : Феникс, 1998. 544 с.
 66. Пугач О. И. Формирование информационной культуры учащихся общеобразовательных школ как фактор гуманизации образования : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. Самара. 2000. 194 с.
 67. Саварин П. В. Науково-теоретичні передумови застосування медіатехнологій у підготовці фахівців технічного профілю. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2016. № 4. С. 4.
 68. Сахневич І. А. Залучення медіаосвітніх засобів до організації самостійної роботи студентів технічної спеціальності – резерв підвищення ефективності навчання. *Вища освіта України* : теор. та наук.-метод. часоп. 2010. № 3, т. VII (25). С. 391-398.

69. Силантьева О. СМІ и медиа. В чѐм различия? *Silamedia*. URL: <http://sila.media/multime-dia/smimedia/>.
70. Соціолого-педагогічний словник / за ред. В. В. Радула. Київ : «ЕксОб», 2004. 304 с.
71. Степин В. С. Культура. *Вопросы философии*. 1999. № 8. С. 61-65.
72. Український енциклопедичний словник : в 3 т. / редкол. : А. В. Кудрицький (відп. ред.) та ін. 2-е вид. Київ : Голов. ред. УРЕ, 1987. Т. 2. 736 с.
73. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. Москва : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
74. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. 64 с.
75. Федорцова О. Г. Професійна підготовка майбутніх інженерів на основі духовно-моральних цінностей. *Нові технології навчання*. Київ-Вінниця, 2011. № 69, ч. II. С. 281-284.
76. Философский энциклопедический словарь / под ред. А. А. Ивина. Москва : Гардарики, 2006. 1072 с.
77. Філософський енциклопедичний словник / редкол. : В. І. Шинкарук та ін. Київ : Абрис, 2002. 744 с.
78. Флоренский П. А. Сочинения : в 4 т. Москва : Мысль, 1994. Т. 1 : ПлатонаНет. 797 с.
79. Формування інформаційної культури учнів загальноосвітніх навчальних закладів : наук.-метод. рек. / упоряд. А. І. Рубан. Київ, 2005. 117 с.
80. Фурсикова Т. В. Теоретичні і методичні засади розвитку професійної медіакультури майбутніх магістрів освіти : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04. / Центрально-український державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, Кропивницький, 2020. 528 с.
81. Череповська Н. І. Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ : візуальна медіакультура. Київ : Шк. світ, 2010. 128 с.

82. Шариков А. В. Медиакультура. *Новая российская энциклопедия*. Москва : ИНФРА-М, 2012. Т. X (2). С. 132-133.
83. Шубенко Н. О. Формування медіакультури майбутнього вчителя музики засобами аудіовізуальних мистецтв : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Київ, 2010. 20 с.
84. Brown J. Media Literacy Perspectives. *Journal of Communication*. 1998. Vol. 48. Is. 1.
85. Kellner D. Media Culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and postmodern. London : N.Y., 2000. 357 p
86. NMC Horizon Report Europe: 2014 Schools Edition. URL: http://publications.europa.eu/resource/cellar/1eda751c-a440-4b5e-8b53-04243d3ff8b3.0001.02/DOC_1.

Додаток А

Тестові завдання

1. Сукупність усіх видів інформаційно-комунікаційної діяльності людини й суспільства та її наслідків називається...
 - а. загальною культурою
 - б. комунікативною культурою
 - в. інформаційною культурою
 - г. медіакulturою
2. Складовими інформаційної культури є:
 - а. інтелектуальний потенціал, інформаційний світогляд, інформаційний менталітет, інформаційно-орієнтована діяльність;
 - б. медіаобізнаність, медіаосвіченість, медіаграмотність;
 - в. загальна культура, комунікативна культура, медіакultura;
 - г. інтелектуальний потенціал, інформаційний світогляд, комунікативна культура, медіакultura;
3. Комплекс настановлень щодо характеру інформаційного продукту, отриманого від мас-медіа називається...
 - а. медіаосвченістю;
 - б. медіаграмотністю;
 - в. медіакulturою;
 - г. медатекстом.
4. Складовими медіакulturи є:
 - а. комунікативна культура, медіаграмотність, медіаобізнаність, інформаційна культура;
 - б. комунікативна культура, інформаційна культура;
 - в. медіаграмотність, медіаобізнаність, медіаосвіченість;
 - г. інформація, комунікація, медіаповідомлення.
5. Комплекс навичок та вмінь не лише користуватися технікою мас-медіа

та спілкуватися за її допомогою, а й розрізняти першорядну й другорядну інформацію, абстрагуватися від надлишкової, сповна сприймати зміст, «прочитувати» підтекст і тлумачити їх називається...

- а. медіаграмотністю;
- б. медіаобізнаністю;
- в. медіакультурою;
- г. медіаосвіченістю.

6. Інформаційне повідомлення, викладене у будь-якому виді та жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, фільм тощо) – це...

- а. медіакритика;
- б. медіапродукт;
- в. медіамистецтво;
- г. медіатекст.

7. Маніпуляції свідомістю – це...

а. прийоми в журналістиці, які використовуються для тиску на емоційний та моральний стан людини;

б. один із способів придушення волі людей шляхом духовного впливу на них через програмування їхньої поведінки;

- в. технології, які застосовуються у медіапросторі;
- г. вказівка або порада діяти певним чином.

8. Батьком Інтернету» називають...

- а. Вінтона Серфа;
- б. Гульєльма Марконі;
- в. Семюела Морзе;
- г. Едварда Майбріджа.

9. Інтернет-спільнота користувачів, об'єднаних за будь-якою ознакою на базі одного сайту називається:

- а. форумом;
- б. соціальною базою;
- в. соціальною мережею в Інтернеті;

г. чатом.

10. Інтернет-щоденник, або веб-сайт, де можна ділитися інформацією, яка постійно оновлюється, з тими, хто читає вашу сторінку називається...

а. форумом;

б. блогом;

в. соцмережею;

г. чатом.

11. Обмін короткими емоційними репліками між двома і більше людьми, що розгортається в публічних місцях мережі називається...

а. хеппісленінг;

б. кібербулінг;

в. флеймінг;

г. нападки.

12. Комбінація мовного тексту зі здатністю комп'ютера здійснювати інтерактивне розгалуження або динамічне відтворення нелінійного тексту, який не може бути надрукований на аркуші паперу у звичайний спосіб – це...

а. медіатекст;

б. відеокліп;

в. відеоролик;

г. гіпертекст.

13. Адаптивна, інформативна, розвивальна, практична, творча функції є функціями...

а. медіаосвіти;

б. медіакультури;

в. медіаобізнаності;

г. медіаграмотності

14. Концепція, програмування, дизайн рівнів, графіка, звукове оформлення є етапами створення:

а. реклами;

б. відеокліпу;

в. комп'ютерної гри;

г. анімації.

15. Переслідування осіб з використанням сучасних електронних технологій Інтернету (електронної пошти, форумів, чатів, ICQ) та інших засобів електронної техніки (мобільних телефонів, пейджера) має назву...

а. кібербулінг;

б. кібератака;

в. інтернет-маніпуляція;

г. флеймінг.