

process of higher educational establishments. Further development got positions in relation to maintenance of professional knowledges, abilities and skills of future marketing specialists in accordance with the modern requirements of labour-market.

Key words: future marketing specialists, students, pedagogical technology, educational-professional training.

Стаття надійшла до редакції 19.11.2012 р.

Прийнято до друку 21.12.2012 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Савченко С. В.

УДК 378.14: 316.774

І. І. Курліщук

МЕДІАОСВІТА СТУДЕНТСТВА У СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИХ ТЕНДЕНЦІЯХ І ПРОБЛЕМАХ

У сучасному інформаційному світі мас-медіа виступають центральним інститутом демократичного суспільства. Вони надають можливості глобальної комунікації, забезпечують шляхи приєднання країни до світової спільноти.

За умов активної модернізації українського суспільства значної актуальності набуває питання медіаосвіти, особливо такої прогресивної верстви суспільства як студентство. Відомо, що студенти окрім спеціальної інформації, розширюють свої знання і світогляд, за рахунок соціальної інформації, основним джерелом якої виступають мас-медіа. Тому ми дотримуємося думки, що сьогодні перед вищою освітою України стоїть задача сприяння підвищенню якості і рівня медіаосвіти студентства.

Значна увага в сучасній педагогічній літературі приділяється питанням медіаосвіти. У цій галузі широко відомі роботи Л. Баженової, О. Баранова, Н. Габор, Л. Зазнобіної, Л. Мастермана, В. Монастирського, С. Пензіна, Г. Поличко, О. Спичкіна, Ю. Усова, О. Федорова, Н. Хилько, І. Челишева, О. Шарикова та ін. У дисертаційних дослідженнях останніх років, присвячених проблемі медіаосвіти студентства, висвітлюються різні її аспекти. Зокрема, теорія і практика медіаосвіти, феномен медіакультури стали предметом наукового дослідження В. Возчикова, І. Жилавської, Ю. Казакова, А. Литвинова, О. Мурюкіна, О. Столбнікової, І. Фатєєвої, С. Шумаєвої.

Проте проведений аналіз наукової педагогічної та соціологічної літератури з питань дослідження медіаосвіти, засвідчив, що сьогодні у цій області відчувається дефіцит знань, і окреслена проблема потребує подальшої розробки і дослідження.

Метою статті є дослідження особливостей розуміння змісту і задач медіаосвіти студентства з урахуванням сучасних соціально-педагогічних тенденцій.

У розвитку і становленні медіаосвіти у багатьох країнах світу, безумовно, провідну роль відіграло ЮНЕСКО. Вважається, що вперше термін «медіаосвіта» був вжитий у 1973 р. на спільному засіданні сектору інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно та телебачення [1, 3].

Сьогодні, спираючись на тенденції до глобалізації, сучасного європейського інформаційного суспільства найавторитетніші міжнародні та європейські освітні організації наголошують на необхідності впровадження медіаосвіти у навчально-виховний процес навчальних закладів різних рівнів, з метою ефективного використання освітньо-виховного потенціалу ЗМК.

У 2008 року була прийнята «Резолюція Європейського Парламенту з медіаграмотності у світі цифрових технологій» [2], у якій чітко визначено обов'язковий статус медіаосвіти у всіх країнах Європейського Союзу. Важливо, що у даному документі медіаосвіта розглядається як складова частина права громадянина будь-якої країни світу на інформацію та свободу самовираження. Медіаосвіта має тривати все життя людини.

Зазначимо, що 20 травня 2010 року постановою Президії Національної академії педагогічних наук України була схвалена Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [3].

Дамо визначення терміна «медіаосвіта». У рамках конференції ЮНЕСКО було вироблено визначення медіаосвіти як «освіти пов'язаної з усіма видами медіа (друкованими і графічними, звуковими, екранними і т.ін.) і різними технологіями; вона дає можливість людям зрозуміти, як масова комунікація використовується у їх соціумах, оволодіти здатністю використовувати медіа у комунікації з іншими людьми; забезпечує людину знаннями про те як:

- 1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти;
- 2) визначати джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні та/або культурні інтереси, їх контекст;
- 3) інтерпретувати медіатексти і цінності, що розповсюджуються медіа;
- 4) відбирати відповідні медіа для створення і розповсюдження своїх власних медіатекстів і пошуку зацікавленої у них аудиторії;
- 5) отримати можливість вільного доступу до медіа, як для сприйняття, так і для продукції. Медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію і є інструментом підтримки демократії» [4, с. 152].

На користь особливого місця медіаосвіти у сучасному інформаційному світі можна навести думку Л. Мастермана [5], щодо семи основних причин актуальності медіаосвіти, серед яких він називає:

1. Високий рівень споживання мас-медіа та насиченість сучасних суспільств їх продуктами.

2. Ідеологічна важливість медіа та їхній вплив на свідомість аудиторії.
3. Швидке зростання кількості медійної інформації, посилення механізмів управління нею та її розповсюдження.
4. Інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси.
5. Зростання значущості візуальної комунікації та інформації в усіх галузях.
6. Необхідність навчання школярів/студентів з орієнтацією на відповідність сучасним вимогам.
7. Національні та міжнародні процеси приватизації інформації, що пришвидшуються.

До цих причин ми б хотіли додати ще таку як зниження загального рівня медійної продукції. Не вся тиражована через засоби масової комунікації інформація відповідає принципам загальнолюдських цінностей. Тому це і викликає нагальну потребу в відповідних освітніх технологіях.

Основні завдання медіаосвіти як компоненту загальної і професійної освіти полягають у наступному:

- «підготувати молоде покоління до життя у сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації;
- формувати навички самостійного критичного оцінювання інформаційного потоку;
- навчити людину розуміти медіа тексти, усвідомлювати наслідки їх впливу на психіку, протистояти маніпулятивному впливу засобів масової комунікації;
- оволодіти різноманітними засобами спілкування на підставі медіакультури;
- створювати власні медіа тексти мовою різних ЗМК (преса, телебачення, радіо тощо);
- формувати уміння використовувати естетичний потенціал телебачення та інших засобів масової комунікації з метою естетизації навчально-виховного середовища;
- вдосконалення навичок естетичного сприйняття світу» [6, с. 275 – 276].

Медіаосвіта представляється як серйозна та важлива область, що пов'язана з більшістю соціальних структур демократичного суспільства. Вона актуальна, втілює принцип «тут і зараз» у широкому ідеологічному та історичному контексті. Зміст у медіаосвіті означає розвиток варіативних аналітичних інструментів. Її ефективність може бути оцінена двома основними критеріями: здатністю учнів застосовувати своє критичне мислення у нових ситуаціях і кількістю зобов'язань і мотивацій, висловлених ними щодо до медіа [7, с. 15 – 68].

Медіаосвіта, на нашу думку, має забезпечити у студентів певну сукупність навичок. До них ми зараховуємо навички: інтерпретувати інформацію; розуміти її суть; виявляти адресну спрямованість; розуміти головне в інформаційному повідомленні; знаходити потрібну інформацію у

різних джерелах; трансформувати інформацію (змінювати її обсяг, форму, знакову систему і т. ін.); знаходити помилки в інформації і аргументовано виправляти їх; сприймати альтернативні точки зору на одну проблему і знаходити ґрунтовні аргументи на користь і проти них; встановлювати зв'язки між повідомленнями; мати особистісну думку щодо змісту повідомлення; вміти довести правоту власної думки стосовно зазначеної у ЗМК проблеми.

Розглядаючи питання медіаосвіти студентства, ми поділяємо думку таких спеціалістів у цій галузі, як В. Гура, С. Пензин, І. Розер щодо кінцевого результату медіаосвіти, який вони вбачають у формуванні і розвитку медіаграмотності.

Водночас ми погоджуємося з думкою О. Федорова, О. Шарикова, Н. Кирилової щодо формуванні в процесі медіаосвіти медіакультури особистості, яку ми також будемо розглядати як кінцевий результат медіаосвіти.

Таким чином, визначаючи медіаосвіту студентства як освіту, пов'язану з дослідженням специфіки впливів ЗМК і водночас побудовану на матеріалах мас-медіа, спрямовану на підготовку студента до життя і діяльності у інформаційному суспільстві як повноправного члена і професіонала у своїй галузі, ми визнаємо кінцевим результатом цього процесу надбання особистістю медіаграмотності і медіакультури.

Дамо визначення цим поняттям і наведемо кілька визначень терміну «медіа грамотність» поширених у працях ряду медіа дослідників.

Вважається, що термін «медіаграмотність» був утворений від термінів «критичне бачення» та «візуальна грамотність». Також використовуються такі терміни, як «технологічна грамотність», «інформаційна грамотність», «комп'ютерна грамотність» тощо.

К. Ворсноп [8] вважає, що медіаграмотність – це результат медіаосвіти, вивчення медіа. Чим більше ви вивчаєте медіа (за допомогою медіа), тим більш ви медіаграмотні, тобто медіаграмотність – це здатність експериментування, інтерпретації/аналізу та створення медіатекстів

Р. Кьюбі [9] зазначає, що медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати повідомлення у різних формах

О. Федоров [10] вказує на те, що медіаграмотність допомагає учням та студентам спілкуватися з медіа під критичним кутом зору, з розумінням значущості медіа в їхньому житті. Медіаграмотний учень чи студент має бути здатний критично та усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію відносно популярної культури та чинити супротив маніпуляціям.

Канадський вчений Дж. Пандженте [11] розробив вісім ключових принципів медіаграмотності:

1. Будь-який медіапродукт – це сконструйована реальність. Він відображає не реальний світ, а деякі суб'єктивні уявлення про нього.

Медіаграмотність допомагає руйнувати штучно створені конструкції та розуміти принципи їх створення.

2. Медіа конструюють реальність. Саме медіа формують більше уявлень про навколишнє середовище. Ставлення до об'єктів реального світу формується на основі медіаповідомлень, які, в свою чергу, сконструйовані фахівцями, що мають визначені комунікативні цілі. Медіа певною мірою формують наше почуття реальності.

3. Отримувачі медіаповідомлення інтерпретують його смисл. Медіа забезпечують свою аудиторію інформацією, на основі якої формується уявлення про реальність. Отримувачі повідомлення інтерпретують та надають смисл, ґрунтуючись на власному досвіді та таких індивідуальних характеристиках, як особисті запити та очікування, актуальні проблеми, сформовані національні та гендерні уявлення, соціальний та культурний досвід тощо.

4. Медіа мають комерційну підтримку. Медіаграмотність дає уявлення про те, що підтримує будь-яке медіа з комерційної точки зору і як комерційний підтекст впливає на зміст медіапродукту, його якість. Створення медіапродукту – це перш за все бізнес, який має приносити прибуток. За усяким медіабізнесом стоять конкретні люди зі своїми інтересами, саме ці інтереси визначають зміст того, що дивиться, читає, слухає отримувач медіаповідомлення.

5. Будь-яке медіаповідомлення транслює ідеологію та інформацію про визначені цінності. Будь-який медійний продукт – це певним чином реклама способу життя та тих чи інших цінностей.

6. Медіа виконують соціальні та політичні функції. Медіа впливають на політичну ситуацію та провокують соціальні зміни. Медіа примушують нас задумуватися про події, які відбуваються в інших країнах.

7. Зміст повідомлення залежить від форми медіа. Різні медіа передають повідомлення про одну подію, роблячи наголос на різні його аспекти. Таким чином, аудиторія має змогу ознайомитися з різними точками зору та сформувати власну позицію.

Тепер перейдемо до вивчення іншого завдання і кінцевого результату медіаосвіти, а саме до виховання медіакультури – культури сприйняття і засвоєння медійних текстів, виховання навичок роботи з мас-медіа тощо. У галузі медіакультури відомі роботи Р. Арнхейма, Д. Белла, О. Вартанової, І. Дзялошинського, М. Маклюєна, О. Федорова, О. Шарикова та ін

Медіакультура, на думку Н. Кирилової [9], визначається як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних і інтелектуальних цінностей, вироблених людиною у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості і соціалізації особистості. Медіакультура передбачає культуру книжкової (друкованої), аудіальної, візуальної, і аудіовізуальної культур. Сучасну медіакультуру характеризує плюралізм і взаємодія різних культур на етнічному, національному і цивілізаційному рівнях.

О. Шариков [10] вважає, що медіакультура – це частина загальної культури, пов'язана з ЗМК. 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 ЗМК, які у кінцевому рахунку забезпечують повноцінне включення людини у життя суспільства.

О. Козлова [11] визначає медіакультуру як особливий тип культури інформаційного суспільства, як частину загальної культури: світу книг, газет і журналів, кінематографа, радіомовлення і телебачення, Інтернет-ресурсів, CD-ROMів, DVD... Усього того, що пов'язує людину з навколишнім світом, інформує, розважає, пропагує, впливає на оцінки, думки і поведінки людей.

Формування медіакультури студента, на нашу думку, має бути орієнтовано на відтворення у його свідомості і добре розуміння цілісної картини сучасного інформаційного світу мас-медіа, знання його специфіки, законів функціонування тощо; а також вирішувати завдання сприйняття і наслідування студентом загально прийнятих цінностей комунікативної діяльності. Процес формування медіакультури ми розглядаємо як динамічний, що триває протягом усього життя людини. Динамічність процесу визначається мінливістю самого інформаційного середовища.

Резюмуючи сказане, зазначимо, що сьогодні розвиток і популяризація медіаосвіти у вищих навчальних закладах є нагальною потребою зумовленою суспільно-педагогічними потребами суспільства, що відповідно позначається на тенденціях її становлення. Медіаосвіта студентства має вирішити завдання формування медіаграмотності і медіакультури особистості, а через це сприяти підвищенню ефективності позитивного впливу засобів масової комунікації на процес навчання, виховання, соціалізації студентства, забезпечити його гармонійність.

Важливість медіаосвіти в сучасному світі зумовлена тим, що мас-медіа в умовах інформаційного суспільства впливають на сприйняття людиною навколишнього світу. І не завжди цей вплив носить позитивний характер, або будується на принципах об'єктивності. Віртуальна картина світу, створена мас-медіа, часто різниться від картини реальної. Медіаосвіта ж дає людині можливість самозахисту, вчить критично сприймати медійні повідомлення.

Сьогодні медіаосвіта виступає як одна із складових загальної інформаційної культури особистості, що безумовно потребує подальшого поглибленого вивчення окресленої у статті проблеми.

Список використаної літератури

1. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. – К., 2011. **2. European Parliament Resolution of 16 December 2008 on Media Literacy in a Digital World (2008).** <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=//EP//TEXT+TA+P6->

TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN **3. Концепція** впровадження медіа-освіти в Україні // http://ispp.org.ua/news_44.htm **4. Recommendations** Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO // Education for the Media and the Digital Age. Vienna : UNESCO, 1999. **5. Masterman L.** Teaching the Media. – London, 1988. **6. Казаков Ю. М.** Функції медіа-освіти в професійній підготовці майбутнього вчителя // Вісн. Луган. нац. пед. ун-ту імені Тараса Шевченка : Пед. науки. – 2006. – № 6. – С. 272 – 278. **7. Masterman, L.** A Rational for Media Education // Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick & London, 1997 – P. 15–68 . **8. Worsnop C.** Screening Images: Ideas for Media Education. – Mississauga, Ontario, 1994. **9. Kubey R.** (Ed.) (1997). Media Literacy in Information Age. – New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.), 1997. **10. Федоров А.** Терминология медиаобразования // mediagram.ru **11. Pungente J.** From Barry Duncan et al. Media Literacy Resource Guide, Ontario Ministry of Education. – Toronto, ON. Canada, 1989 // <http://209.85.129.132/search?q> **12. Кириллова Н. Б.** Медиакультура: теория, история, практика. – М., 2008. **13. Шариков А. В.** Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. – М., 1990. **14. Козлова Е. А.** Новая территория: особенности формирования медиакультуры у пользователей с ограничениями в жизнедеятельности // <http://www.rgbs.ru/ru/std/info/kozl>.

Курліщук І. І. Медіаосвіта студентства у сучасних соціально-педагогічних тенденціях і проблемах

У статті порушено актуальну педагогічну проблему становлення і розвитку медіаосвіти українського студентства за умов урахування сучасних соціально-педагогічних тенденцій притаманних суспільству в цілому і системі вищої освіти України зокрема. Дослідник розглядає основні завдання медіаосвіти студентської молоді. Аналізуючи праці з питань медіаосвіти вітчизняних і зарубіжних дослідників, автор робить висновок щодо кінцевого результату медіаосвіти, який вбачає у формуванні медіаграмотності та медіакультури особистості.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, медіакультура.

Курлищук И. И. Медиаобразование студенчества в современных социально-педагогических тенденциях и проблемах

В статье поднимается актуальная педагогическая проблема становления и развития медиаобразования украинского студенчества с учётом современных социально-педагогических тенденций присущих обществу в целом, и системе высшего образования Украины в частности. Исследователь рассматривает основные задачи медиаобразования студенческой молодежи. На основе анализа работ по вопросам медиаобразования отечественных и зарубежных исследователей, автор делает вывод относительно конечного результата медиаобразования, который он видит в формировании медиаграмотности и медиакультуры личности.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиакультура.

Kurlishchuk I. I Media Education of students in the context of modern social and pedagogical tendencies

This article describes the important pedagogical problem such as the development of media education of Ukrainian students in modern society. The author gives the main goals of media education, contents and tasks of students in the context of social and political tendencies. Analyzing the books of national and foreign researchers the author concludes that the final outcome of media education are media literacy and media culture.

Key words: media education, media literacy, media culture.

Стаття надійшла до редакції 28.11.2012 р.

Прийнято до друку 21.12.2012 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Савченко С. В.

УДК 378.011.3–057:[070.421:37]

С. М. Лобода

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ВИКОРИСТАННЯ
МАТЕРІАЛІВ ПЕДАГОГІЧНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ В ПРОЦЕСІ
ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ РЕДАКТОРІВ ОСВІТНІХ ВИДАНЬ**

У сучасних соціокультурних умовах існування інформаційного суспільства творча спрямованість спеціаліста будь-якої сфери є необхідною професійною якістю та характерною рисою його компетентності.

Концепція інформаційної модернізації української системи освіти на період до 2010 р. передбачає вдосконалення механізмів сталого розвитку її системи. Для досягнення визначеної мети потрібно вирішити одне з пріоритетних для першого десятиліття ХХІ століття завдань – підвищення професіоналізму працівників освіти, що включає розробку й експериментальну апробацію нових моделей підготовки педагогічних кадрів. Потреба в підвищенні професіоналізму педагогічних кадрів, а також поява наприкінці ХХ століття на початку ХХІ століття завдання формування нових життєвих установок особистості висунули на перший план вимоги самоактуалізації особистості педагога, проблему формування творчого підходу до здійснення професійної педагогічної діяльності.

Основні положення наших теоретичних установок щодо вирішення поставленої проблеми формування вмінь педагогічної творчості в майбутніх учителів будуються на провідній ідеї класичних психолого-педагогічних досліджень (В. Біблер, Л. Виготський, В. Загвязинський, В. Кан-Калик, А. Маслоу, С. Рубінштейн та ін.), що всі види творчої