

ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

Розглядається питання формування медіакомпетентності студентів. Описано методи та прийоми роботи з медіатекстами й запропоновано методичні завдання для підготовки студентів до їх використання.

Ключові слова: медіакомпетентність, медіатекст, методичні завдання.

Сучасну культуру неможливо уявити без засобів масової інформації, кіно, радіо, телебачення, інтернету. Розвиток кожної людини знаходиться в безпосередній залежності від медіа, з якими вона контактує. Тому сучасний педагог повинен бути не просто готовим до сприйняття й переробки великого потоку інформації, а й уміти грамотно відбирати необхідну інформацію та максимально використовувати можливості медіа-технологій у навчально-виховному процесі.

Відповідно до виробничих функцій і вмінь вчителя / викладача іноземної мови (ІМ), фахівець повинен уміти встановлювати типологію навчальних матеріалів у навчанні різних видів мовленнєвої діяльності, здійснювати адаптацію навчальних матеріалів, визначати ступінь відповідності та взаємоузгодження допоміжних засобів навчання з основними, відбирати та систематизувати навчальний матеріал, розробляти навчальні завдання на базі автентичного матеріалу тощо [1; 5]

Аналіз сучасної методичної літератури показав доволі високий рівень розробленості методики використання різних типів медійних повідомлень у навчанні ІМ [6; 7; 8; 9; 10]. Зокрема, веб-сайт *Enseigner le français avec le TV 5 monde* [7] пропонує кожного тижня нові методичні розробки використання медіатекстів різних типів і жанрів. Проте спостереження за діяльністю студентів під час педагогічної практики переконливо свідчать, що у них виникають труднощі із застосуванням допоміжних засобів навчання у процесі викладання французької мови, а саме коли треба органічно поєднувати використання автентичних медійних матеріалів із тематикою уроку, планувати процес формування мовленнєвих навичок і вмінь та реалізувати контроль якості навчального процесу із залученням допоміжних засобів навчання. Таким чином, постає необхідність формувати у майбутніх викладачів ІМ **медіакомпетентності**, під якою ми розуміємо, услід за О. А. Федоровим, сукупність мотивів, знань, вмінь і здібностей викладача використовувати медіа в аудиторії різного віку [4, с. 24]. Зокрема, **медіакомпетентність** включає вміння критично аналізувати, оцінювати та використовувати у про-

фесійно-спрямованій діяльності медіатексти різних видів, форм і жанрів.

Актуальність порушеної теми пов'язана насамперед із сучасними тенденціями комунікативно-спрямованої освіти у вищій та середній школі, головним принципом якої є залучення до навчального процесу автентичних медіатекстів як допоміжних засобів навчання, які сприяють взаємопов'язаному навчанню мови і культури народу – носія цієї мови [2].

Як покаже аналіз наукової літератури, *медіатексти* можуть включати повідомлення, представлені у будь-якому виді та жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, відеокліп, фільм тощо) [4, с. 27]. Оскільки робота з кожним із них вимагає специфічних прийомів та підходів для підготовки студентів – майбутніх викладачів французької мови, в рамках даного дослідження ми зупинимось на рекламі та відеокліпі, які, завдяки тривалості 2 - 3 хвилини, уможливають їх використання на уроці як додаткового матеріалу до основного змісту. З іншого боку, аудіовізуальний компонент сприяє залученню зорового й аудитивного каналів сприйняття інформації, полегшуючи її обробку та запам'ятовування, що дуже важливо при вивченні ІМ.

Отже, **метою** нашої статті є опис методів та прийомів роботи з медіатекстами на матеріалі реклами та відеокліпу, та виокремлення вправ і завдань для підготовки студентів до їх використання на уроках / заняттях з французької мови.

Відповідно до Робочої програми з дисципліни «Використання новітніх технологій у викладанні іноземних мов», формування медіакомпетентності студентів відбувається в межах вивчення таких тематичних блоків: «Використання автентичних матеріалів на заняттях з французької мови»; «Візуалізація навчального процесу» та «Використання Інтернету та мультимедійних технологій у навчанні іноземних мов». Головною метою є формування професійних умінь використовувати різні медіатексти у подальшій педагогічній діяльності.

Сформованість медіакомпетентності майбутніх викладачів визначається за різними критеріями [3]. Так, студенти повинні вміти:

- сприймати франкомовні медіатексти (**перцептивний рівень**);
- критично аналізувати медіатексти різних видів і жанрів (**інтерпретаційно-оцінювальний рівень**);
- обирати медіатексти та використовувати їх у навчальній діяльності (**діяльнісний та креатив-**

ний рівні).

Для того, щоб вміти використовувати медіа в подальшій професійній діяльності, студенти повинні знати про:

- роль і місце медіаматеріалів у системі викладання французької мови;
- характеристику кожного типу медіаповідомлення та його потенційні можливості у процесі навчання ІМ;
- переваги та недоліки конкретного медіаповідомлення у навчання різних видів мовленнєвої діяльності;
- критерії відбору та етапи роботи з кожним типом медіатексту.

Зазначимо, що вміння перцептивного рівня включають зорове, слухове або аудіо-візуальне сприйняття медіатекстів і формуються під час практичних занять з французької мови, а знання та вміння інтерпретаційно-оцінювального, діяльнісного та креативного рівнів відповідають методичним знанням та вмінням роботи з будь-якими автентичними матеріалами і формуються на заняттях з новітніх технологій відповідно до Робочої програми з дисципліни. Таким чином, методика формування медіакомпетентності студентів у курсі новітніх технологій базується на сформованих рецептивних навичках і вміннях сприймати (на слух або під час читання) та розуміти медіа різних типів. У нашій статті опишемо тільки завдання для формування медіакомпетентності на інтерпретаційно-оцінювальному, діяльнісному і креативному рівнях.

Крім того, методичні знання, описані вище, студенти набувають у курсі лекцій з новітніх технологій. Тому ми подамо методичні завдання для підготовки студентів до використання медіатекстів на заняттях з французької мови у середній / вищій школі, які вони виконують на практичних заняттях з курсу новітніх технологій.

Перш ніж перейти до опису методичних завдань, коротко розглянемо методи та прийоми роботи з аудіовізуальними (АВ) медіатекстами.

Опрацювання АВ медіатекстів можна розділити на три етапи: дотекстовий, текстовий і післятекстовий. *Дотекстовий*, або *підготовчий*, етап має на меті створити мотивацію у студентів до перегляду медіатексту, ознайомити їх із темою АВ повідомлення, усунути мовні труднощі розуміння (повторення граматичних явищ, пояснення незнайомих слів тощо). *Текстовий етап* умовно поділяється на два під-етапи: перегляд без звуку та зі звуком. На цьому етапі студентам пропонуються рецептивні вправи у розумінні побаченого / почутого, продуктивні вправи у створенні власного тексту до АВ медіа (при перегляді без звуку), репродуктивні вправи (відповіді на питання, заповнення таблиць тощо). *Післятекстовий етап* має на

меті розвиток усного або писемного мовлення. На цьому етапі пропонуються репродуктивні вправи на переказування тексту, продуктивні вправи з висловлення власного судження, творчі продуктивні вправи, головним завданням яких є створенні власного тексту за аналогією із запропонованим тощо.

З метою формування методичних знань студентам пропонується ознайомитися з методичними розробками фахівців, а також виконати тестові завдання альтернативного та множинного вибору.

Методичні вміння формуються на інтерпретаційно-оцінювальному, діяльнісному та креативному рівнях з урахуванням специфіки кожного типу АВ медіатексту. Опишемо завдання для роботи з рекламою та відеокліпом відповідно до мети нашого дослідження

Реклама. Ефективне використання рекламних матеріалів у навчанні ІМ передбачає роботу над її інформаційним (смісловим), лінгвістичним та соціокультурним компонентами. Зазначимо, що дидактичному потенціалу рекламних матеріалів присвячено низка досліджень (Т. В. Карамішева, А. І. Іванченко; П. Ю. Мельник; Д. А. Руснак; М. Gaouaou; С. Grare та ін.). Зупинимось на завданнях для формування медіакомпетентності майбутніх викладачів.

Завдання **інтерпретаційно-оцінювального** рівня:

- *Visionnez la publicité proposée et dites quel est son thème principal.*
- *Identifiez les parties de l'annonce (nom de la marque, slogan, argumentaire).*
- *Identifiez les champs lexicaux et sémantiques.*
- *Identifiez les structures grammaticales / les types de phrase dans le slogan.*
- *Analysez l'implicite discursif (le sous-entendu, le dit, le non-dit, le présupposé).*
- *A quels éléments culturels cette publicité fait-elle appel ? (des gestes connotés, des habits, des mots, des attitudes, des situations marquées culturellement).*
- *Quel effet le message a-t-il sur vous ? (positif, négatif, stressant, rigolo, valorisant, etc.) ?*
- *Quelle est l'utilité pour la communication ? (message informatif, artistique, amusant, incite à réfléchir...)?*
- *Comment pouvez-vous l'exploiter en classe (travail sur l'oral, la lecture et l'écrit, travail d'imagination à partir du document choisi, travail de créativité etc.) ?*
- *Combien d'étapes de travail pouvez-vous proposer ? (visionnement sans / avec le son, visionnement coupé / intégral, etc).*

Завдання **діяльнісного** рівня:

- *Elaborez les questions pour provoquer les réactions spontanées des élèves : ce qu'ils voient / ce qu'ils entendent ; le sens et la visée de la publicité.*
- *En travaillant avec la publicité-surprise, élaborez les questions pour faire aux élèves émettre des hypothèses sur le produit présenté.*

- *Elaborez les questions pour compléter la découverte du document.*

- *Elaborez le questionnaire (QCM / Vrai ou Faux) pour la compréhension orale/ ou écrite.*

- *Formulez des arguments et proposez aux élèves de les prouver par des exemples du document.*

- *Elaborez des activités de production orale et/ ou écrite.*

- *Choisissez une activité de création (création d'une publicité personnelle ou de groupe), proposez les outils de la langue indispensables à cette création, etc.*

Завдання **креативного** рівня має на меті створення власної методичної розробки. Ми пропонуємо такий алгоритм дій:

1. *Etudiez les fiches pédagogiques proposées et repérez les objectifs, les étapes de travail, les activités de compréhension / de production / de création.*

2. *En prenant en compte les critères de choix des documents publicitaires (voir les notes du cours), choisissez sur Internet les publicités correspondant aux centres d'intérêt des apprenants (famille, amitié, sport, musique, fêtes...).*

3. *Sur le modèle des fiches pédagogiques étudiées, élaborer la vôtre pour une publicité à votre choix. Prenez compte du groupe d'élèves cible (niveau de développement psychologique et linguistique, cursus scolaire). Définissez les objectifs de l'enseignement (communicatif, linguistique, cognitif et éducatif), élaborer les activités de compréhension et de production à chaque étape de travail avec le document. Imaginez une activité de création individuelle ou de groupe.*

4. *Dans le cadre de quel thème et à quel moment de la leçon pourriez-vous utiliser votre fiche ?*

Матеріали для власних розробок студенти можуть знайти на таких веб-сайтах:

- Culture Pub: Galerie de pubs du monde entier : <http://www.culturepub.fr/>;

- INFOPRESSE : le portail du marketing, de la publicité et de la communication <http://www2.infopresse.com/blogs/actualites/archive/2010/01/22/article-33639.aspx>.

Таким чином, студенти спочатку вивчають рекламні матеріали з точки зору можливостей їх застосування у навчальному процесі, після чого вони намагаються створити власну практичну розробку з урахуванням критеріїв відбору, етапів роботи з медіадокументом та конкретних цілей навчання.

Відеокліп. Пісня займає особливе місце серед інших автентичних медіатекстів. Вона може бути використана з різними цілями: для емоційного фону або паузи, для створення позитивного настрою на навчання, для опрацювання різних лінгвістичних явищ тощо. Використанню пісень у навчанні французької мови, так само, як і рекламі, присвячена низка досліджень (Є.Я. Григор'єва, Є.Ю. Мельник, Д.А. Руснак, В.В. Черниш, М. Во-

рон, F.-P. Demari, B. Thompson та ін.). У курсі лекцій з новітніх технологій студенти набувають знань про види та типи роботи з піснею та відео-кліпом, про можливості її використання у формуванні рецептивної та репродуктивної / продуктивної мовленнєвої компетенції, про критерії відбору пісень тощо. Відповідно до поставленої мети, представимо методичні завдання *інтерпретаційно-оцінювального, діяльнісного та креативного* рівнів для формування медіакомпетентності майбутніх викладачів французької мови.

Завдання **інтерпретаційно-оцінювального** рівня:

- *Quel est le sujet de la chanson?*

- *Quelle relation existe-t-elle entre le titre et le contenu de la chanson?*

- *Quel est le message de la chanson et du clip ?*

- *Comment s'organise la chanson (son plan)? Est-elle découpée selon le type "refrain-couplets-refrain"?*

- *Relevez le vocabulaire qui est relié au thème (sujet) de la chanson.*

- *Faites la liste des objets et des mouvements qui apparaissent dans le clip.*

- *Faites la liste des verbes. Quels sont les temps et modes dominants ?*

- *Y a-t-il présence des caractéristiques de la langue parlée?*

- *Observez le lien qui existe entre le texte et la musique / entre le texte et le clip.*

Завдання **діяльнісного** рівня:

- *Elaborez le questionnaire pour vérifier la compréhension orale des élèves après la première écoute / la deuxième écoute.*

- *Elaborez le questionnaire pour vérifier la compréhension visuelle.*

- *Elaborez les questions pour les réactions spontanées des élèves : les personnages du clip, leurs relations, leurs sentiments etc.*

- *Proposez les activités de grammaire à partir du texte de la chanson.*

- *Imaginez les questions pour faire aux élèves repérer le champ lexical de la chanson / du clip.*

- *Proposez les activités pour développer les savoir-faire phonétiques à l'aide de la chanson.*

- *Imaginez les questions qui fassent réfléchir les élèves sur le sujet de la chanson (mode de vie, relations humaines etc).*

- *Proposez les questions pour faire résumer l'histoire présentée dans le clip.*

- *Imaginez une activité de création (scénario du clip, autre texte sur le sujet de la chanson etc).*

Алгоритм дій для завдання **креативного** рівня:

1. *Etudiez les fiches pédagogiques proposées et repérez les objectifs, les étapes du travail, les activités de compréhension / de production / de création.*

2. *En prenant en compte les critères de choix des chansons (voir les notes du cours), choisissez sur In-*

ternet des clips à utiliser en classe de FLE.

3. Sur le modèle des fiches pédagogiques étudiées, élaborer la vôtre pour un clip à votre choix. Prenez en considération les caractéristiques psychologiques des élèves et leur niveau linguistique. Définissez les objectifs de l'enseignement (communicatif, linguistique, cognitif et éducatif). Élaborez les activités sans / avec les paroles. Élaborez les activités de compréhension / de production. Imaginez une activité de création individuelle ou de groupe.

4. Dans le cadre de quel thème et à quel moment de la leçon pourriez-vous utiliser votre fiche ?

Медіатексти для власних розробок студенти можуть знайти на таких веб-сайтах:

- Des clips pour apprendre : <http://www.cavilamenligne.com/58>;

- Paroles de clip: <http://www.tv5.org/TV5Site/enseigner-apprendre-francais/paroles-clip.php?id=4>;

- Chansons en vidéo : <http://www.vizavi-edu.ro/fr/ressources/multimedia/video.html>.

Звісно, зважаючи на обсяг статті, ми розглянули тільки два типи медіатекстів і навели лише типові вправи та завдання для студентів. Сподіваємось, що використання запропонованих вище завдань допоможе студентам – майбутнім викладачам краще орієнтуватися в розмаїтті медіатекстів, правильно їх оцінювати й раціонально використовувати. Подальшу роботу в даному напрямку вбачаємо в розробці методичних завдань і ситуацій, спрямованих на формування умінь роботи майбутніх викладачів з теленовинами, кінофільмами та розважальними телепередачами.

Література

1. Виробничі функції типові задачі діяльності та вміння учителя іноземної мови (спеціаліста) / [кол. авторів під керів. С. Ю. Ніколаєвої]. – К. : Ленвіт, 1999. – 96 с.

Рассматривается вопрос формирования медиакомпетентности студентов. Описаны методы и приёмы работы с медиатекстами, предложены методические задания для подготовки студентов к их использованию.

Ключевые слова: медиакомпетентность, медиатекст, методические задания.

The article deals with the developing of student's media competence. The techniques of working with mediatexts and the methodic tasks to prepare students to exploit it in class are described.

Key words: media competence, mediatext, methodic tasks.

2. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / [наук. редактор українського видання доктор пед. наук проф. С. Ю. Ніколаєва]. – К. : Ленвіт, 2003. – 261 с.

3. Федоров А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям / А. В. Федоров // Инновации в образовании. – М. : 2007. – № 10. – С. 75–108.

4. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.

5. Черниш В. В. Професійно-методична підготовка майбутніх учителів іноземної мови до використання мультимедійних курсів / В. В. Черниш. – Вісник КНЛУ : Педагогіка та психологія. – Вип. 12. – 2007. – С. 165–172.

6. CLEMI : (centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information): Éduquer aux médias, ça s'apprend! – [Ressource électronique] – Accessible à: <http://www.clemi.org/fr/se-former/formation-initiale/>.

7. Enseigner le français avec le TV 5 monde – [Ressource électronique] – Accessible à: http://www.tv5.org/TV5Site/enseigner-apprendre-francais/accueil_enseigner.php.

8. Le plaisir d'apprendre : le site de ressources du CAVILAM pour les professeurs de Français Langue Étrangère. – [Ressource électronique] – Accessible à: <http://www.cavilamenligne.com/58>.

9. Mougins M. et d'autres. Difficultés scolaires : apprendre avec les médias / M. Mougins. – CLEMI de l'Académie de Besançon, 2007. – 28 p

10. Ressources FAIS VOIR (Outils APTE) : 20 fiches d'activités pour mener des actions d'éducation aux médias. – [Ressource électronique] – Accessible à: <http://www.apte.asso.fr/sp/FAIS-VOIR.html>.