

Карина Курган  
(м. Одеса, Україна)

## ДІАГНОСТИКА РІВНІВ СФОРМОВАНOSTІ МЕДІАКУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ПРИКЛАДНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

*У статті окреслено базові засади пошукового етапу дослідження проведеного зі студентами, які здобувають вищу філологічну освіту за спеціальністю «Прикладна лінгвістика», репрезентовано результати, отримані в ході двоетапного констатувального зрізу, що складався з анкети відкритого типу та комплексу практичних завдань спрямованих на діагностику рівня сформованості медіакультури сучасних студентів. Виявлено та описано основні прогалини в медіазнаннях та типові помилки, що були допущені під час роботи з медіатекстами.*

**Ключові слова:** медіаосвіта, медіакультура, медіатекст, медіавміння, медіа знання, рівні сформованості медіакультури.

*В статье описаны основные принципы поискового этапа исследования, который проводился со студентами, получающими высшее филологическое образование по специальности «Прикладная лингвистика», представлены результаты полученные во время двухэтапного констатирующего среза, который состоял из анкеты открытого типа и комплекса практических заданий направленных на диагностику уровня сформированности медиакультуры современных студентов. Выявлены и описаны основные пробелы в медиазнаниях и типичные ошибки, которые были допущены во время работы с медиатекстами.*

**Ключевые слова:** медиаобразование, медиакультура, медиатекст, медиаумения, медиазнания, уровни сформированности медиакультуры.

*The article views the basic grounds of the searching stage of the reaserch held with the students, who are earning the philological education in the speciality «Applied Linguistics», the results, that were got while the two-staged selection, that combined the application of the open tipe and the coplex of the practical tasks directed to the diagnostics of the media culture formation of modern students are represented. The main gaps in the media education and typical mistakes done while working with media-texts have been found out.*

**Key words:** media education, media culture, mediatext, media knowledges, media skills, levels of mediaculture formation.

Поступ сучасного суспільства неодмінно спричиняє зміни в усіх сферах життя, зокрема і в науковій парадигмі. Подібні процеси сприяли появі наукового напрямку в педагогіці – медіаосвіти. Розпочавши свій розвиток у Західній Європі з робіт М. Маклюєна, Л. Мастермана, Р. К'юбі, К. Безелгета та Е. Харта, вона стала актуальною й у вітчизняному науковому доробку (Г. Почепцов, Б. Потятинник, Г. Онкович, Н. Духаніна, Л. Найдьонова). Медіаосвіта, як і будь-яка наука, безумовно, має свій термінологічний апарат. Серед великої кількості визначень, запропонованих дослідниками: «інформаційна культура» (В. Горський), «інформаційна культура особистості» (Н. Гендіна), «інформаційна компетентність» (С. Трішина), «освітня компетентність» (О. Дахін), «медіаосвіченість» (Н. Змановська), «медіакомпетентність» (О. Федоров), «медіакультура» (Н. Кирилова), на нашу думку, найбільш умотивованим є останній. Водночас, зважаючи на безліч каналів розповсюдження інформації, спираючись на попередньо усталену термінологію, в науковому обігу з'явилося поняття медіатекст, що, за визначенням О. Федорова, є «повідомлення, викладене в будь-якому виді чи жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, відеоролик, фільм та ін. [3, с. 29]». Однак, попри очевидну наукову актуальність та пріоритетність, у сучасній українській лінгводидактиці недостатньо уваги приділено можливостям застосування медіатекстів і медіаосвіти.

Отже, нерозробленість порушеної проблеми в методиці викладання української мови у вищій школі визначило мету нашої розвідки: з'ясувати лінгводидактичний потенціал медіатекстів у процесі формування медіакультури в майбутніх словесників і фахівців у галузі прикладної лінгвістики.

В експериментальному дослідженні, що складалося з двох етапів, ми спиралися на методичний доробок з діагностування, поданий у роботах російського вченого О. Федорова. У процесі створення блоків питань та завдань дослідником була обрана закрыта форма анкетування. Цей вибір, як зазначає вчений, пов'язаний зі структурованістю анкети такого типу, адже вони вимагають менше часу для виконання порівняно з питальниками відкритого типу, отже, простіші в підсумковій обробці результатів. Констатація рівнів сформованості медіакультури спиралася на розроблену О. Федоровим компонентну структуру поняття. Відповідно до неї анкети розподілено на п'ять блоків, кожен з

яких репрезентував окремий компонент. Також російським вченим до анкети інтегровано комплекс практичних завдань, однак, зважаючи на тип анкетування, вони мають невелику репрезентацію креативної складової і спрямовані на виокремлення лише часткового вияву того чи іншого показника компонента [2].

Ми погоджуємося з науковим баченням проблеми, запропонованим російським дослідником (поєднання анкет з практичними завданнями), однак, на нашу думку, більш умотивованим та доцільним буде застосування анкет комбінованого типу, оскільки вони дають можливість охопити більшу кількість необхідної інформації. Також варто зазначити, що, з нашого погляду, інтегрування практичних завдань до анкетного опитування не є логічним, адже унеможливує перевірку креативної складової медіакультури. Під час експериментального дослідження була застосована низка медіатекстів, що відрізнялися за каналом сприйняття та розповсюдження, а саме: газетна стаття, радіоінтерв'ю, відеоролик, інтернет-ресурси. Ми вважаємо, що залучення різнотипних медіатекстів до дослідження дає змогу реально оцінити практичні вміння й навички респондентів у роботі з медіатекстами, що є однією з основних складових медіакультури.

Констатувальним зрізом було охоплено 250 студентів філологічних факультетів Одеси, Харкова, Донецька та Києва, які здобувають вищу освіту за спеціальністю «Прикладна лінгвістика». Для визначення рівнів сформованості медіакультури, спираючись на розроблену компонентну структуру медіа культури [1, с. 130], учасникам експерименту було запропоновано дати відповіді на запитання відкритої анкети, що мала три частини. Так, у першій було подано тест закритого типу, що мав на меті оцінку сформованості мотиваційного та когнітивно-оцінного компонентів. Друга частина була пов'язана з теоретико-термінологічним апаратом медіаосвіти, що є складовою практико-операційного компонента. У третій частині студентам пропонувалося інтегрувати медіазнання та вміння до професійної сфери, що дозволить виявити рівень професійної складової креативності. Розглянемо одержані результати (табл.1.1).

Таблиця 1.1

	Рівень	Показник виконання завдань закритої анкети	Рівень володіння теоретико-термінологічним апаратом	Розкриття професійної креативності
Експериментальні групи	Високий	22%	14%	12%
	Середній	66%	75%	78%
	Низький	12%	11%	10%
Контрольні групи	Високий	23%	15%	13%
	Середній	62%	75%	77%
	Низький	15%	10%	10%

Під час виконання завдань першої частини анкети опитуваним пропонувалося обрати один з чотирьох запропонованих варіантів відповіді на поставлене запитання. Усі відповіді було підпорядковано градації рівнів сформованості відповідно до компонентів медіакультури – високого, середнього та елементарного. Усі запитання було спрямовано на визначення мотивованості студентів в отриманні нової інформації та наявності можливості диференціації інформації на корисну / шкідливу, важливу / неважливу з подальшим сприйняттям чи несприйняттям її.

Аналіз результатів засвідчив середню мотивованість респондентів як контрольних (далі КГ) так і експериментальних (далі ЕГ) груп на здобуття інформації та можливостей її сприйняття й оцінки. Слід зазначити, що вищий показник, який було отримано у КГ, свідчить про більшу зацікавленість студентів в отриманні нових знань із джерел ЗМІ, володіння більшою кількістю вмінь і навичок їхньої правильної оцінки та вичленовування необхідної частини для сприйняття. Водночас наявність опитуваних, які потрапили до рівня з елементарним показником, є індикатором того, що, незважаючи на всеосяжність сучасного медіапростору, не всі студенти мають мотиви сприймати інформаційні потоки чи працювати з ними.

Найбільш поширеною помилкою, що була допущена респондентами під час виконання тестової частини першого етапу, було неповне або неправильне розуміння поняття «гіпертекст» із притаманною йому категорією – інтерактивним розгалуженням. Більшість з опитуваних у процесі поєднання виду медіатексту із відповідною йому категорією схилилася до варіанта «газетна стаття», що є показником не тільки відсутності знань про зазначену одиницю, але й нерозвиненість навичок роботи з ним загалом і в мережі Інтернет зокрема.

Під час оцінки рівня володіння теоретико-термінологічним апаратом за основу нами були обрані лексикографічні тлумачення термінів, що мають безпосереднє відношення до медіакультури, а саме медіатекст, категорії медіа, медіакультура, медіакультурна особистість, мова медіа. Під час оцінювання отриманих даних фіксувалися майже однакові результати КГ та ЕГ, що свідчить про середній та недостатній рівні обізнаності студентів з термінологічною базою медіаосвіти та основними одиницями медіапростору. Варто зазначити, що під час розподілу за рівнями медіакультури більш важливою була не точність і відповідність словниковому тлумаченню терміна, а обсяг поняття, що пропонувалося для опису та глибина його розуміння.

Узагальнені результати щодо рівня володіння теоретико-термінологічним апаратом підтвердили зроблені нами під час аналізу результатів виконання тестової частини висновки. Труднощі викликало тлумачення двох понять: «медіатекст» та «медіаосвіта». Під час пояснення першого респонденти зазначали про зв'язок з медіапростором, однак його категорії та суміжні з ним поняття не були визначені. Під час тлумачення поняття «медіаосвіта» респонденти, передовсім, указали на тісний зв'язок з технічними засобами демонстрації медіаресурсів з поодинокими згадуваннями про медіатекст, що є свідченням змішування медіаосвіти із мультимедіаосвітою і відсутності уявлення в студентів інформації про нові течії в сучасній педагогіці.

Щодо розкриття професійної креативності, то як в ЕГ, так і в КГ більша частина опитуваних опинилася на межі середнього рівня. Це є свідченням, у першу чергу, наявності лише базових умінь і навичок щодо інтеграції нового матеріалу до сфери майбутньої професійної діяльності. Однак незначна кількість респондентів, які потрапили до високого рівня, свідчить про недостатній прояв креативності під час роботи з медіатекстами. Студенти з низьким показником демонстрували наявність певної проблеми щодо вмінь і навичок застосування медіаресурсів у професійній діяльності майбутніх фахівців з прикладної лінгвістики.

Друга частина контрольного зрізу охопила комплекс завдань, які були сформовані відповідно до здібностей і вмінь, що становлять комплексне утворення «медіакультура».

Проаналізуємо отримані результати.

Так, під час виконання вправи, у якій пропонувалося аргументовано заперечити чи підтвердити авторську думку, було отримано майже однакові результати КГ (21% – 63% – 15%) і ЕГ (22% – 61% – 17%). Належність більшої кількості опитуваних до групи з середнім показником свідчить про наявність навичок формулювання власної думки, однак варто відзначити, що в більшості випадків студенти у відповідях не посилалися на факти, обмежуючись лише власним досвідом, аргументуючи свою відповідь фразами типу «на мою думку», «я вважаю», «мені здається», що є індикатором недостатньої розвиненості навичок аргументації.

Водночас, виконуючи завдання, спрямоване на визначення вмінь оперування теоретичними знаннями щодо основних одиниць медіапростору, а саме розподілу медіатекстів за жанрами, опитувані виявили недостатній рівень сформованості медіазнань, адже досить велика кількість студентів ЕГ (26%) та КГ (28%) майже не впоралися з його виконанням. На нашу думку, таке зниження результативного показника зумовлено відсутністю варіативної складової у формулюванні самого завдання вправи.

Під час виконання вправи, скерованої на визначення володіння вміннями і навичками щодо продуктивного поєднання професійних знань і вмінь з навичками і знаннями у сфері медіа, студенти продемонстрували більший відсоток порівняно з результатами виконання подібного за наповненням завданням першого етапу. Таке покращення результатів, на нашу думку, пов'язане з більш практичною спрямованістю завдання другого етапу, оскільки опитуваним пропонувалося використати у сфері майбутньої професійної діяльності попередньо опрацьовані медіатексти.

Вважаємо за необхідне наголосити, що під час виконання вправ, пов'язаних із мотиваційним компонентом, були отримані досить високі результати. Так, у процесі опрацювання газетної статті, задля визначення пізнавального інтересу і відкритості до нової інформації, більшість опитуваних КГ (36%) та ЕГ (38%) безпомилково виконали запропоноване завдання: дати відповіді щодо змісту попередньо прочитаної газетної статті.

Спираючись на результати, отримані під час виконання вправи, що мала на меті визначення можливостей застосування диференційованого підходу щодо здобутої інформації, більша частина опитаних груп продемонструвала належність до середнього рівня (54% – ЕГ, 51% – КГ). Однак нами було помічено певну особливість, що виявилася в обох групах, а саме: неможливість аргументації власного вибору корисної та потрібної інформації, що є свідченням відсутності відповідних цьому вмінь і навичок.

Наступне завдання передбачало використання дедуктивного методу в роботі з медіатекстами. Воно передбачало прогнозування вірогідного змістового наповнення газетної статті за її заголовком. Слід наголосити, що під час добору заголовків ми застосували низхідну градацію за передбачуваністю. Такий підхід, на нашу думку, є доречним, оскільки він дає змогу повніше виявити можливості застосування опитуваними обох груп дедуктивного методу. Розглянемо отримані результати. Першим та, відповідно, найпростішим для виконання було завдання визначити зміст повідомлення за заголовком. Під час виконання завдання зміст заголовка «*Бібліотечні «вівторки» із «Каменярем»* 100% опитуваних пов'язали із українським письменником. Наступний заголовок «*Чому Рошен не в шоколаді?»* був абсолютно точно прогнозований студентами обох груп, що ми пов'язуємо з очевидним зв'язком між назвою та змістом, а також з обізнаністю опитуваних із такою інформацією, проте деякими опитуваними було спрогнозовано не політичну, а суспільну спрямованість, а саме «*Виробництво шоколадних цукерок*». Аналіз заголовка «*Полонені ув'язненої*» виявив 86% правильних асоціацій студентів ЕГ та 84% КГ. Ми пов'язуємо наявність неточних асоціацій із тиском інформації на свідомість слухачів і глядачів. Змістове наповнення статті «*Україна в огні*» 63% опитуваних КГ та 67% ЕГ пов'язали з однойменним твором О. Довженка. Водночас решта респондентів спрогнозували політичну спрямованість статті під таким заголовком. Аналізуючи назву «*Поп-діва Роксолана відправила Кличка у нокаут*», досить невелика кількість опитуваних правильно засоціювали літературну героїню з кіноактрисою, яка виконувала цю роль в українському кінематографі О. Сумською (38% експериментальної та 36% контрольної груп). Найбільш повторюваною була визначена асоціація зі співачкою Русланою, менш частотною (однак наявною) була відповідь «*Юлія Тимошенко*». Останнім заголовком для аналізу був «*Брат – 3: задушення в обіймах*». Досить велика кількість опитуваних як ЕГ (62%), так і КГ (61%) правильно передбачили змістове наповнення, пов'язане із політичними стосунками України з Росією та Білоруссю. Слід зазначити, що часто траплялися асоціації з однойменним кінофільмом та актором, що зіграв у ньому головну роль, а також суспільне спрямування статті з такою назвою, а саме «*стосунки трьох братів в одній сім'ї*». Аналіз результатів є беззаперечним свідченням тиску медіапростору на свідомість студентів. Ми пов'язуємо значну кількість помилок саме з цим фактором.

Узагальнюючи результати констатувального зрізу експерименту, можемо сформулювати основні висновки з проведеного дослідження: переважна кількість опитуваних є досить мотивованими на отримання нової інформації з медіаресурсів, основними з яких є телебачення та мережа Інтернет; рівень володіння теоретичними знаннями та категоріями медіаосвіти в сучасних студентів є недостатнім, адже було виявлено прогалини в знаннях, що на практиці виступило результатом сплутування чи неточного тлумачення понять; більшість опитуваних, які взяли участь у контрольному зрізі, мають достатні вміння й навички роботи з медіатекстами та їх аналізом, проте їхня інтеграція до майбутньої професійної сфери має певні труднощі.

У перспективі ми плануємо сформулювати та науково обґрунтувати лінгводидактичні засади та педагогічні умови формувального етапу дослідження.

### Література

1. Курган К.С. Компонентний склад сучасної медіакультури в лінгводидактичному розгляді / К.С. Курган // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. – Серія 16 : Творча особистість учителя : проблеми теорії і практики : зб. наук. праць. – К. : Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2013. – Випуск 20 (30). – С. 128–132.
2. Фёдоров А.В. Медиаобразование и медиакомпетентность : анкеты, тесты, контрольные задания / Фёдоров А.В. – Таганрог : Издательство Таганрогского государственного педагогического института, 2009. – 136 с.
3. Фёдоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности медиакомпетентности / Федоров А.В. – Таганрог : Издательство Таганрогского государственного педагогического института 2010. – 64 с.

*Стаття рекомендована до друку  
кандидатом пед. наук, доцентом кафедри української філології  
МНФД ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»  
Горіною Ж.Д.*

*Стаття надійшла до редакції 13 червня 2014 року*