

ЛІТЕРАТУРА

1. Бех І. Д. Виховання особистості. Книга перша. Особистісно орієнтований підхід: теоретико – технологічні засади.: Наук. видання / Іван Бех. – К. : Либідь, 2003. – 280 с.
2. Бех І. Д. Особистісно зорієнтоване виховання: Науково-метод. посібник / Іван Бех. – К. : ІЗМН, 1998. – 204с.
3. Гриньова В. М. Формування педагогічної культури майбутнього вчителя (Теоретичний та методичний аспекти) / Валентина Гриньова. – Харків : «Основа», 1998. – 300 с.
4. Падалка О. С. Педагогічні технології: Навч. посібник / О. Падалка, А. Нісімчук, О. Смолюк, О. Шпак. – Київ : «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 1995. – 256 с.
5. Зеер Э. Ф. Психология личностно-ориентированного профессионального образования / Э. Зеер. – Екатеринбург : Изд-во Уральского гос. проф.-пед. ун-та, 2000.
6. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах / Ярослав Коломинский. – М., 1976. – 127 с.
7. Крылова Н. Б. Формирование культуры будущего специалиста: Метод. пособие / Наталия Крылова. – М. : Высш. шк., 1990. – 142 с.
8. Общая и профессиональная педагогика: Учеб. пособие / Под ред. В. Симоненко. – М. : Вентана-Граф, 2006. – 368 с.
9. Правоторов В. А. Профессиональная культура специалиста и динамика ее формирования на этапе «вуз – производство» / Володимир Правоторов // Вестник Харьковского университета. – 1985. – № 5. – С. 28 – 36.
10. Правоторов В. А. К вопросу об измерении профессиональной культуры молодого специалиста / В. Правоторов, А. Меркулов // Вестник Харьковского университета. – 1985. – № 1. – С. 44 – 49.
11. Фоломеева Н. А. Використання естрадного вокального мистецтва у підготовці сучасного вчителя / Наталія Фоломеева // Збірник наук. праць «Теоретичні питання культури, освіти та виховання». – К., КНЛУ, НМАУ. – № 35. – 2008. – С. 175 – 177.

УДК 378.37.02

Каландирець Н. М.

аспірантка Національного університету
біоресурсів і природокористування України

ПОНЯТТЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ

У статті визначаються поняття медіакультури та медіаосвіти, розглядаються деякі концепції медіаосвіти. Звертається увага як на позитивні, так і на негативні аспекти впливу медіакультури на сучасне суспільство.

Ключові слова: медіакультура, масова культура, масові комунікації, засоби масових комунікацій, медіа, засоби масової інформації, медіаосвіта.

Каландирець Н. Н. *Понятие медиакультуры студентов высших учебных заведений Украины. В статье определяется понятие медиакультуры и медиаобразования, рассматриваются некоторые концепции медиаобразования. Обращается внимание как на положительные, так и на отрицательные стороны влияния медиакультуры на современное общество.*

Ключевые слова: медиакультура, массовая культура, массовые коммуникации, средства массовых коммуникаций, медиа, средства массовой информации, медиаобразование.

Kalandyrets, N. N. *The concept of Media culture of students of High Educational Establishments in Ukraine. This article is devoted to defining the concept of Media culture and Media education, discusses some concepts of media education. This article draws attention to the positive and the negative effects of the media culture in the modern society.*

Key words: media culture, mass culture, mass communication, mass communication technologies, media, mass media, media education.

Щоденна реальність невідворотно підтверджує сутнісну характеристику сучасного світу як постійно мінливого, позбавленого будь-якої константності. Поза сумнівом, ця особливість безпосередньо пов'язана з інформаційним надлишком, який отримав назву «інформаційного вибуху». У ХХ столітті була створена нова інформаційна структура, яка дала змогу багатьом розвиненим країнам протягом декількох років перейти від індустріального суспільства до інформаційного. В ході цих перетворень виникли нові засоби масової комунікації, що з'єднують між собою різні види людської діяльності, розділені до того часом і простором. Але, створюючи нові види комунікації, людство постійно балансує між полюсами «створення і освоєння», між все більш прискореними вимогами життя і необхідністю осмислити нове і навчитися жити з ним у гармонії. Особливо сприйнятлива до всього нового, як відомо, молодь, не стримувана традиціями і спрямована в майбутнє. У той же час саме вона є жертвою інформаційного буму, і, по суті, перша приймає на себе всі удари і негативи сучасного інформаційного простору. Взаємовідносини молоді з новими засобами масової комунікації складаються і розвиваються в багатьох сферах: від дозвільної до навчально-професійної.

Мета статті – обґрунтувати взаємодію студентів вищих навчальних закладів і сучасної медіакультури. Вивчення цієї проблеми дозволить не просто враховувати специфіку цих взаємовідносин при побудові навчального процесу у ВНЗ, але й певною мірою оптимізувати освітній процес.

Науковці слушно зауважують, що роль медіакультури, яка є комплексним засобом опанування людиною соціальних, інтелектуальних, моральних, художніх, психологічних аспектів навколишнього світу,

зростає в суспільстві надзвичайно високими темпами. Рівень розвитку сучасних засобів масової комунікації та специфіка їх впливу на особистість доводять, що медіа – глобальний феномен, явище, яке має потужний вплив на освітнє середовище [1].

В основі терміна «медіакультура» лежить поняття «медіа» (від латинського «media», «medium» – засіб, посередник). Термін був вперше введений канадським соціологом М.Маклюеном у кінці XX століття і означав «масову культуру» («mass-media») [6]. Показово, що навіть за порівняно короткий термін кінця XX – початку XXI ст. термін набув статусу науковості [3; 4; 9]. Пріоритет належить зарубіжним дослідникам (А. Базен, М. Маклюен, Г. Маркузе, Х.Ортеги-і-Гассет, Е. Тоффлер та ін.). На вітчизняних теренах ця проблема була в центрі уваги таких дослідників, як М. Бахтін, Л. Виготський, Л. Гумільова, В. Біблер, Г. Онкович та ін.). Підходи в розумінні медіакультури різні вже тому, що сам феномен надзвичайно різноплановий і складний, часто визначає з поля уваги дослідника через свою суперечливість. Тим не менше, більшість дослідників згодні визнати медіакультуру як особливий тип культури інформаційної доби, що є посередником між суспільством і державою, соціумом і владою.

Один з провідних вітчизняних фахівців у галузі медіакультури Н. Кирилова дає таке визначення медіакультури: «...сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості та соціалізації особистості. Медіакультура включає в себе культуру передачі інформації та культуру її сприйняття; вона може виступати і показником рівня розвитку особистості, здатної приймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіатворчістю, засвоювати нові знання у галузі медіа» [4].

В українській мові як синонім слова «медіа» широко використовуються терміни «засоби масової інформації» (ЗМІ) і «засоби масової комунікації» (ЗМК), в яких міститься ідея зв'язку між різними структурами суспільства і світу в цілому.

ЗМК наділені властивістю впливати на сприйняття навколишнього світу. Запорукою результативного впливу мас-медіа є сила повторення, суть якої полягає в тому, що на соціалізацію впливає неoderжувана інформація, а сила повторення, що властива ЗМК [7].

У зв'язку з цим інший відомий дослідник у галузі медіакультури А. В. Шариков вважає, що медіакультура – це «частина загальної культури, пов'язана зі ЗМІ, яка проявляється в соціальному плані як медіакультура суспільства, особистісному як медіакультура людини, коли акцентується взаємодія людини зі світом медіа, її сприйняття і творче самовираження через ЗМК, які в кінцевому підсумку забезпечують повноцінне включення людини в життя суспільства [11].

Останні два століття стали свідками кількісного і якісного зростання інформаційних засобів комунікації, без яких неможливо уявити сучасне життя. Як відомо, феноменами епохи Модерну (початок-середина XX століття) стали масовий друк, малюнок, телеграф, телефон, радіо, кіно, трохи пізніше телебачення. Коли було взято курс на «масову грамотність» (на прикладі нашої країни), були побудовані тисячі бібліотек і театрів, безліч видавництв, кіно і телестудій. При переході до інформаційного суспільства складовими цивілізації стали: кабельне і супутникове телебачення, відео, Інтернет, цифрове кіно і фотографія, електронна пошта, стільниковий зв'язок, CD-Rom, DVD. Усе це змішується, поповнюється, розширюється, комбінується, причому швидкість цих процесів з кожним днем прискорюється, формуючи єдиний інформаційний простір. З'явилися поняття «інфосфера», «кіберпростір», цілком логічні в контексті процесів глобалізації.

Поза сумнівом, головним призначенням медіакультури у сфері вищої школи можна вважати встановлення діалогу на різних рівнях. У цьому сенсі медіакультура служить метою, засобом і умовою прогресивного сценарію розвитку людства. Але вчені відзначають і негативні сторони взаємодії людини і ЗМК. Наприклад, Н. Б. Кирилова зазначає, що «розмивання кордонів між «масовим» і «елітарним» стало відмінною рисою культурної парадигми інформаційного суспільства, орієнтованого на всеїдність ідей і компроміс естетичних позицій. Комп'ютерні і телекомунікаційні технології стають своєрідним інструментом інформаційної, політичної та духовної експансії, засобом для створення нових соціальних світів».

Медіакультура, безперечно, належить до інноваційних процесів, на які, як відомо, більш за все відгукується молодь. Це підтверджують дослідження, проведені як у нашій країні, так і за кордоном [8].

Тепер звернемося до конкретних форм комунікації. У наведених вище даних Інтернет не був зазначений у числі першорядних, але, без сумніву, саме Інтернет володіє можливостями, завдяки яким з безлічі сучасних медіазасобів його, без перебільшення, можна віднести до числа пріоритетних [3]. За своєю природою Інтернет виявився найбільш гнучким інформаційним каналом, здатним справляти все більш зростаючий вплив на власне природу комунікацій і соціальну взаємодію. За допомогою Інтернету змінилося наше уявлення про час і простір. Відкриття нових майже миттєвих каналів трансллокальної і транчасової комунікації в той же час висуває нові вимоги до користувачів всесвітньої павутини. Руйнуючи звичне людське спілкування, «віртуальні світи», що виникли в Інтернеті, стають територією, де можна створювати нові форми спілкування та простору самореалізації. Інтернет можна уподібнити «вируючому котлу» смаків, стилів, напрямів. При цьому, на думку багатьох дослідників, Інтернет може сам по собі розглядатись як «культурний контекст», нове місце для створення союзів, об'єднаних спільними вірами і поділюваними практиками. В Інтернеті можна встановлювати особисті відносини, нічим не пов'язані, крім обміну інформацією в чатах, соціальних мережах або в комунікації віч-на-віч через e-mail чи Skype.

Таке споживацьке ставлення до медіа є, безумовно, визначальними рисами молодіжної культури з часів розвитку молодіжного ринку з середини XX століття. Однак Інтернет стоїть одноосібно у низці «традиційних» медіа за раніше невідомою інтерактивною можливістю. Саме тому Інтернет створює величезний потенціал для творчого прояву молодих людей, студентів зокрема. І ці можливості дозволяють зробити набагато більше, ніж традиційні форми медіа. Це стає ясно, якщо проаналізувати, яку прекрасну можливість Інтернет створює для культурного дозвілля і просування власних інтересів молоді.

Є ще одна причина, чому Інтернет можна вважати прерогативою молодого покоління. Цей інформаційний канал, по суті, знаходиться в зоні, непідвладній контролю з боку дорослих, і деколи максимально задовольняє потреби молоді в свободі.

Що стосується креативного використання Інтернету молоддю, то існує безліч способів, які в свою чергу породжують рефлексивні форми субкультурної ідентичності.

Відзначимо, що феномен субкультурної ідентичності характерний для будь-якого віку, соціальних і професійних груп. Але молодіжна субкультура стоїть одноосібно в цьому ряду, адже молодіжна субкультура формується на тлі самовизначення особистості при недостатньому життєвому і професійному досвіді. Молодь «групується» за субкультурною ознакою, вирішуючи не тільки власне завдання ідентифікації, але й більш глибокі, пов'язані з потребами у визнанні, розумінні свободи, самореалізації, мають найчастіше базовий характер. Молодим людям, в тому числі і студентам, необхідне особистісне й соціальне підтвердження їх «самостійності», тому молодіжна субкультура специфічна [2]. Наприклад, в жодній з існуючих субкультур (старшого покоління або в професійній субкультурі) немає такого яскравого прикладу, яким може служити феномен значущих культових явищ [8]. Можна погодитися з думкою зарубіжних і вітчизняних дослідників у тому, що центральною характеристикою сучасної молодіжної культури є практика фанатства, яка є основною практикою і в створенні колективних ідентичностей, і в контексті створення автентичних ідентичностей [8]. В останні роки саме Інтернет сприяв народженню цілої низки нових креативних стратегій для прояву фанатства і створення фанатських дискурсів. При цьому створюється особлива атмосфера належності до «обраних», до тих, хто володіє певними знаннями, владою і ексклюзивністю – ключовими елементами, що належать до субкультури.

Проблема взаємин медіакультури та молоді має свою специфіку ще й тому, що вона пов'язана з соціальною, естетичною та моральною незрілістю останньої. На певному етапі виникло питання: чи потрібно спеціально навчати молодь жити в гармонії з інформаційним простором або, нічого не роблячи, дозволити цій реальності бути некерованою, покладаючись лише на синергетичні процеси самоорганізації? З'явилася поняття «медіаосвіта», яке одразу зацікавило вчених-представників різних наук про людину і суспільство: соціології, культурології, педагогіки, психології, мистецтвознавства, історії та ін.

Психолого-педагогічний словник визначає медіаосвіту (від англійського media education і латинського media) як «напрямок у педагогіці, що передбачає вивчення студентами закономірностей масової комунікації. Основне завдання медіаосвіти – підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опановувати способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів і сучасних інформаційних технологій» [9].

До теперішнього часу можна спостерігати існування декількох концепцій у медіаосвіті.

До «протекціоніського», «захисного» підходу можна віднести як «марксистську», так і «естетичну» теорії медіаосвіти. У цих випадках йдеться про те, що викладачі прагнуть відгородити студентів від шкідливого впливу медіа, включаючи медіатексти низької якості, при цьому, природно, протиставляючи «шкідливому» впливу «класичні культурні цінності» або кращі сучасні твори – книги, фільми, телепередачі. Медіатексти вибираються викладачами, а їх освоєння відбувається під контролем останніх.

До «аналітичного» підходу в медіаосвіті можна віднести теорію формування критичного мислення, так само як і семіотичну, культурологічну теорії. Відповідно до цього підходу молодь потрібно вчити бути критично відносно медіатекстів різного змісту і якості.

Далі йде «практична теорія», яка передбачає ретельний аналіз будь-яких медіатекстів [10].

Наведені теорії відображають складність проблеми і пошук шляхів її вирішення. Насправді в реальному житті ми стикаємося з фактом необхідності розвитку в підростаючому поколінні здібностей до аналізу, оцінки та виробництва медіатекстів у різних формах, що підтверджує раціональне начало в кожній з наведених концепцій.

Але, навіть беручи медіаосвіту як ту, яка знаходиться тільки в стадії розробки, можна позначити основні умови розвитку медіаосвіти в Україні:

- загальна орієнтація на розвиток особистості (включаючи формування естетичної свідомості, художнього сприйняття, смаку і т. д.);
- розвиток критичного мислення, творчих ідей індивідуальності в руслі ідей гуманізму;
- облік психологічних особливостей, спектру реальних інтересів і переваг молодіжної аудиторії;
- розробка критеріїв розвитку медіасприйняття і здатності до критичного, художнього аналізу медіатекстів;
- вдосконалення моделей, програм, методик, форм проведення занять зі студентами на матеріалі медіа (в тому числі з використанням зарубіжного досвіду);
- модернізація матеріально-технічної бази процесу навчання;

- включення до вузівських програм курсів, що передбачають вивчення медіакультури [11].

Отже, з вищезазначеного можна зробити такі висновки. Медіакультура в сучасному світі трактується як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості і соціалізації особистості, що включає в себе культуру передачі інформації та культуру її сприйняття. Вона може виступати показником рівня розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання у галузі медіа. Медіакультура сьогодні – це об'єктивна реальність, яка існує і розвивається за своїми законами, це атрибут сучасного життя, де суспільство й окрема особистість можуть виступати одночасно і споживачами, і творцями медіакультури.

Взаємовідносини медіакультури та молоді специфічні в силу вікових і соціальних особливостей останньої. Діада «споживач – творець» тут найбільш яскраво виражена, носить характер мобільності, що сприяє створенню специфічної субкультури, де молоді люди, в тому числі студенти ВНЗ, мають можливість задовольняти різноманітні потреби, включаючи ідентифікацію, а також розвивати творчі здібності.

Поява і стрімка швидкість поширення нових інформаційних засобів викликали явище, що отримало назву «медіаосвіта». В даний час існують різні підходи до розуміння сутності цього феномена. Якщо взяти до уваги факт доцільності і необхідності медіаосвіти серед молоді, то ситуація в Україні не найсприятливіша: за наявності теоретичних розробок і концепцій мало практичної роботи в цьому напрямі. Це стосується підготовки фахівців з цього напрямку, програм і технологій медіаосвіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васянович Г. П. Медіаосвіта: зарубіжний і вітчизняний досвід / Григорій Васянович // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2007. – № 2. – С. 11 – 21.
2. Гуревич П. С. Культурология / П. С. Гуревич. – М. : Гардарики, 1999. – 278 с.
3. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонова. – Екатеринбург : У-Фактория (при участии Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
4. Кириллова К. Б. Зачем нужна медиакультура / Н. Б. Кириллова // Уральский Федеральный округ. – 2004. – №1. – С. 8 – 15.
5. Кравченко А. М. Культурология: Словарь. / А. М. Кравченко. М. : Академ-проект, 2001. – 495 с.
6. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека Understanding Media: The Extensions of Man / Г. М. Маклюэн. – М. : Кучково поле, 2007. – 464 с.
7. Мицишин І. Медіаосвіта як засіб формування медіакультури сучасної молоді / І. Мицишин, Н. Троханяк // Вісник Львівського університету. Сер. Педагогічна. – Львів, 2006. – Вип. 21, Ч. 1. – С. 161 – 165.
8. Пипенко М. А. Особенности репрезентации субкультурных идентичностей в Интернет / М. А. Пипенко // Материалы XII Междунар науч конф студентов, аспирантов и молодых ученых. – М. : 2005. – С. 203 – 205.
9. Психолого-педагогический словарь: Для учителей и руководителей общеобразоват. учреждений / Авт.-сост. В. А. Мижериков. – Ростов н/Д : Феникс, 1998. – 540 с.
10. Федоров А. В. Медиа и современная социокультурная ситуация / А. В. Федоров. – Режим доступа: <http://www.ostankino.ru>
11. Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт / А. В. Шариков. – М. : Академия педагогических наук СССР, 1990. – 66 с.

УДК 371.144.04

Слезенко А. О., Касьянова Л. С., Ахмад І. М.

кафедра іноземних мов фінансово-економічного спрямування № 1
Національного технічного університету України «КПІ»

ОСОБЛИВОСТІ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ВНЗ

У статті розглянуто різні підходи до вивчення переваг і недоліків застосування дистанційного навчання студентів-заочників у вищому немовному навчальному закладі. В статті детально проаналізовано основні характеристики дистанційного курсу.

Ключові слова: дистанційне навчання, дистанційний курс, кейсова форма, змішане навчання.

Ахмад І. М., Слезенко А. О., Ахмад І. М. Дистанционное обучение студентов вуза. В статье рассматриваются разнообразные подходы к изучению преимуществ и недостатков применения дистанционного обучения студентов-заочников в высших неязыковых учебных заведениях. В статье детально проанализированы основные характеристики дистанционного курса.

Ключевые слова: дистанционное обучение, дистанционный курс, кейсовая форма, смешанное обучение.

Ahmad, I., Slezhenko, A., Kasyanova, L. The distance learning of students in the higher educational establishments. In the article are considered various approaches the advantages and disadvantages of using the distance learning the external students of non – linguistic higher education institutions are defined. The basic characteristics of the distance course.

Key words: distance learning, distance course, case study, blended learning.