

compulsory subjects on the basis of the dialogue technology, which ensures expanding of the education space with regard to the polyethnicity of the region.

*Key words:* polycultural education, polyethnic region, professional preparation, dialogue technology.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2013 р.

Прийнято до друку 26.04.2013 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Гавриш Н. В.

УДК [37:004]:070.421

**О. В. Довженко**

### **РОЛЬ РЕДАКТОРІВ У РОЗВИТКУ МЕДІА-ОСВІТИ**

У сучасній науці про редагування спостерігаємо активізацію вивчення роботи редактора в умовах інформаційного суспільства. Соціальна відповідальність редактора підвищується під час роботи над виданнями для дітей. Стурбованість якістю інформаційного продукту, пропонованого дитячій аудиторії, є однією з **найактуальніших** проблем видавців, а також педагогів і психологів. Це і викликало потребу в науковому дослідженні проблеми. Питання медіа-освіти вивчають такі зарубіжні та вітчизняні науковці: Фатеева І. А. [10], Федоров А. В. [11,12], Іванов В. Ф. [6]. Вони говорять про важливість розвитку медіа-освіти, про певні досягнення в цьому напрямку. **Мета** нашої статті – з'ясувати роль редакторів у розвитку медіа-освіти, підготовці якісних видань для дітей, простежити, як реалізується виховний потенціал через дитячі книги та журнали, дати напрямки подальшої роботи редактора у формуванні медіа-освіти. Об'єктом стали видані в Україні дитячі журнали: „Ух малюк”, „Вінні та його друзі”, „Мій Дісней”, „Развивашка”.

Досліджуючи роботу редактора над друкованою продукцією для дітей, ми користувались такими методами: спостереження, порівняння, контент-аналіз текстів, класифікація, групування, типологізація, аналіз документальної інформації.

Дитячі книги і журнали є продуктом мистецтва, педагогіки та психології і займають чільне місце у виховному процесі. Вони сприяють тому, що дитина отримує відомості про світ перш, ніж його побачить. „Ми уявляємо собі більшість речей перш, ніж познайомимося з ними на досвіді. І ці попередні уявлення, якщо вони нас не насторожать, із глибин управляють усім процесом сприйняття” [9, с.159]. Автори книги „Медіа-освіта та медіаграмотність: короткий огляд” зазначають: „аудиторія в умовах надлишку інформації потребує орієнтира” [6, с. 9] і вказують на те, що „педагоги мають намагатися охороняти учнів від шкідливого впливу медіа” [6, с. 10]. Свідомість дитини значною мірою формується за допомогою

засобів масової інформації. Очевидний вплив друкованого слова вимагає великої відповідальності, як самих видавців, так і всього суспільства, а особливо працівників освіти і культури. „Наша картина світу лише на десять відсотків складається зі знань, заснованих на власному досвіді. Усе інше ми знаємо (або вважаємо, що знаємо) з книг, газет, радіо-і телепередач, а також з інтернету” [2, с. 3]. „Завдання медіа-освіти полягають у тому, щоб навчити молоду людину грамотно „читати” медіа-текст; розвинути здібності до сприйняття та аргументованої оцінки медіа-інформації, самостійності суджень, критичного мислення, прищепити естетичний смак” [6, с. 14].

Беручи до уваги об’єктивні тенденції сучасного суспільства, сьогодні досить актуальна потреба формування медіа-культури у дітей. „Масова культура в умовах глобалізації містить чимало негативного. Патогенні тексти існували завжди і, мабуть, існуватимуть ще тривалий час, якщо їм все-таки судилося коли-небудь зникнути. Патогенним текстом може бути публікація в газеті, кадр фільму, сторінка книги або й сама книга. Патогенність тексту виявляється у неминучому негативному впливі на адресата. Цей вплив може бути керованим (замовленим) або випадковим” [9, с. 156].

У зв’язку з тим, що патогенні тексти зустрічаються і в інформаційних продуктах, призначених дітям, „усе частіше йдеться про необхідність медіа-освіти населення й озвучується думка про те, що якщо не вдається переробити медіа, то треба змінити їхню аудиторію, прищепити їй „психологічний імунітет” до патогенного впливу ЗМІ” [9, с. 157]. Увага журналістикознавців до вивчення виховних ресурсів ЗМІ сприяла народженню нового наукового напрямку – медіа-педагогіки. Про важливість такого рішення не доводиться говорити, тому що „ще тридцять років тому було зроблено висновок, що справжня тотальна війна – це війна за допомогою масової інформації. ... Іноді навіть говорять, що маніпуляція свідомістю є „колонізацією всього народу” [9, с. 159]. Розуміючи силу впливу літератури на формування особистості, відомий письменник Олесь Гончар висловлював міркування про якість літератури на сторінках „Щоденника”:

„Про недосконалість людської природи написано багато і влучно. Очевидно, міг би і я. Але чи варто? Ще раз, зайвий раз сказати людині, що вона недосконала? Чи, може, потрібніше зараз підтримати її дух, підняти із занепадості, упевнити в собі, у вірі, як робили це великі поети – творці біблійних саг?” [4, с. 47].

Олесь Гончар ставився дуже відповідально до того, що пропонувалося тогочасному читачу. Про це свідчить і його досвід редагування власних творів. „Не досить художникові мати гострий зір, тонкий нюх, адже у звіра ці якості ще розвиненіше... Художника робить художником душа, її здатність вболівати за людство” [4, с. 62]. Олесь Гончар також був впевнений, що в людині більше гарного, ніж поганого і показувати це – обов’язок митця:

„Широта душі художника виявляється в здатності охопити все розмаїття життя, в здатності поряд зі словом, що викриває зло, знайти такі барви, якими можна відтворити прекрасне. Адже є ж у людині начало світле, добре, животворне, начало пушкінське, шевченківське, моцартівське, і мені

здається, що якраз це світлоносне начало у світовій культурі складає вершину вершин. Світле, сонячне писати важко, але ж саме в людяності людини, в її мужності, здатності любити, в сили творчій, у моральній чистоті полягає найвища духовність, що становить істинний сенс життя людей на планеті.

Література без людини зі світлом у душі була б явно неповноцінною” [3, с. 64 – 65].

У статті „Безнастанна праця душі” Олесь Гончар переконливо радить майбутнім письменникам: „Очищуюча сила любові, мужність і поезія відданості є, будуть і завтра в світі, що нас оточує. Показувати їх – обов’язок митця” [3, с.261] і наводить у „Щоденнику” цитату Ван Гога: „Мистецтвом може бути лише те, що духовно здорове” [4, с. 402].

Наведені висловлювання спонукали переосмислити роботу редактора над виданнями для дітей.

Сучасний ринок видань для дітей різноманітний, але є спільні для всіх недоліки, які потребують уваги редакторів, педагогів і психологів. Наведемо недоліки, які наявні в проаналізованих дитячих виданнях „Ух малюк”, „Вінні та його друзі”, „Мій Дісней”, „Развивашка”.

1. Друкованій продукції треба витримувати конкуренцію з телебаченням і комп’ютером. У гонитві за утриманням уваги дитини видавці іноді нехтують вимогами до дитячої літератури. Книгу „Пан Коцький та його друзі” (видана в 2000 р. у видавництві „Таврида” в Сімферополі) не зміг читати навіть дорослий: „Через кровожерливі подробиці кілька разів хотілося жбурнути цю книгу, призначену, до речі, для дошкільного та молодшого шкільного віку (так зазначено в анотаціях). Наші улюблені з дитинства народні казки перетворили на „трилер” – приправивши каліцтвами, похованнями замордованих і ріками крові” [7, с. 29].

Однак, прагнучи до того, щоб твір здійснював виховний вплив на дітей, редактори можуть забути про літературну цінність і тоді твір набуває моралізаторського характеру. Так, у журналі „Ух малюк” в кожному номері розглядаються, наприклад, такі теми: у номері 1 за 2006 рік „Знайомство” з питанням „А ти знаєш свою домашню адресу?”, у номері 1 за 2009 рік „Не грай із сірниками” з висновком „А ти знаєш, що не можна запалювати сірники без батьків?”, у номері 6 за 2009 рік „Прогулянка лісом” з висновком „А ти бережеш рослини?”. Ми погоджуємось із автором книги „Дитяча книга: проблеми видавничої підготовки” Е. Огар у тому, що „безперечно, твір дитячої літератури повинен нести виховний заряд, та головним при цьому залишається плекання в дітях любові до літератури, читання, мистецтва. **Тому визначальним при виборі та оцінці твору має бути його художня вартісність, незалежно від того, чи відповідає він педагогічним постулатам** [Виділення наше. – О. Д.]. Без цього виховувати нове покоління культурного і чутливого читача неможливо” [8, с.52]. Більш вдалим на художньому плані є оповідання з рубрики „Сто історій”, у якій виховна складова не є настільки явною, але сюжети більш цікаві, з елементами казковості, що так подобається дошкільнятам: „Уведення чудесного, поетичного в повсякденний плин зображуваного життя, надання побутовим

деталіям казковості – доволі ефективний засіб активізації дитячого читання, вміння переказати зміст прочитаного, а відтак розвитку мисленнєвих і мовленнєвих навичок дитини. Вона легко запам'ятовує зміст твору, коли викладені в ньому факти (у випадку науково-пізнавальної книги) чи персонажі, події (у художній книзі) видаються їй незвичними” [8, с.76].

2. Аналоги закордонної друкованої продукції, присвячені героям Уолта Діснея, хоч і видаються українською мовою, але не містять національної складової. До того ж, редактори приділяють недостатньо уваги якості мови. Наведемо приклади, помилки в яких підкреслимо:

1. *спробуй зробити собі такого хом'яка з шерстяних ниток!* і далі в інструкції: „*Забери картонні кружечки і розпуш нитки*” („Мій Дісней”. – 2009. – травень. – С.23);
2. *розташувати ці склянки від найповнішої до пустої* („Мій Дісней”. – 2009 – квітень. – С.3);
3. *запхай у шкарлупу шерстяну тканину* („Мій Дісней”. – 2009. – квітень. – С.31);
4. *знайди жабку* („Мій Дісней”. – 2009. – березень. – С.16);
5. *на подушечці для булавок* („Мій Дісней”. – 2009. – січень. – С.8);
6. *затонулий корабель* („Мій Дісней”. – 2009. – січень. – С.15);
7. *закинувши вудку він сподівався* („Мій Дісней”. – 2009. – січень. – С.20);
8. *цікава затія* („Вінні та його друзі”. – 2009. – квітень. – С.12);
9. *солодкоїжки* („Вінні та його друзі”. – 2009. – квітень. – С.14);
10. *“Хоч як старайся. Її не дістанеш сачком!” – повчально розважував Кролик.* („Вінні та його друзі”. – 2009. – квітень. – С.24);
11. *мандрівка по лісу* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С.12);
12. *„Це не карта, а птиця-виручалка! – вихотилося у Роха! – Справжній летючий провідник!”* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С. 14);
13. *як вони гасають з берега на берег!* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С. 23);
14. *затійник!* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С.24);
15. *любить вільний простір і старається не потикатися в тісняві закутки* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С.28);
16. *ця пістрява рибка* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С.28);
17. *не дійшов дот дверей, як вони самі розчинилися* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С.32);
18. *ввалився Вінні з чималим горищиком. З якого капає мед* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С.32);
19. *такий не порядок* („Вінні та його друзі”. – 2009. – травень. – С.33).

Основна частина наведених прикладів підтверджує, що “в літературі, надто призначеній для читачів-початківців, важким наслідком українсько-російського білінгвізму стало вживання так званих росіянізмів” [1, с.261].

3. Ігнорування естетичного аспекту в журналі „Мій Дісней”, де вміщені такі матеріали:

- комікс „Супергикавка” (2009. – липень. – С.5): *“Раптом друзі побачили, що від гикавки бандюги попадали на землю. „Тепер ти майстер і в супергикавці!” – засміялася Пенні;*
- комікс „Супер-голос” (2009. – червень. – С.13): *„Вийшовши на двір, він всунув голову у смітник і сказав: „Ау!”. Його голос звучав удвічі голосніше. Потім Вольт посадив хомячка у смітник. „Спробуй тепер щось сказати!” – хитро мовив Вольт. „А-а-а-а-а!” – гукнув Бугай. Його голос став по-справжньому сильним!”.*

Окрім того, ці фрагменти містять граматичні помилки.

4. Недоліки художнього оформлення журналів. У журналі „Развивашка” ілюстрації не витримані в якійсь одній манері. Видно, що деякі ілюстрації взяті з Інтернету, деякі намалював художник видання, хоча у вихідних відомостях така посада не вказана, що негативно впливає на естетику оформлення журналу.

У цьому плані позитивно виділяється журнал „Ух малюк”. Інформація в ньому адаптована до сприйняття дитиною дошкільного віку, ілюстрації займають до 75% площі сторінки. Ілюстрації великі, яскраві, не містять зайвої деталізації. Це важливо, бо „діти по-особливому сприймають навколишню дійсність. Наймолодші, скажімо, бачать світ окремими, завершеними об’єктами, не виділяючи при цьому деталей” [8, с. 76].

Отже, результати аналізу дитячих журналів свідчать про те, що в більшості випадків при створенні дитячих журналів не враховуються результати лінгвопедагогічних та лінгвопсихологічних досліджень, не береться до уваги естетичний потенціал матеріалів, які вміщені у виданні. Як вважає Т. Давидченко, така ситуація склалася тому, що „дитячі видання не контролюються на рівні держави, що знімає будь-яку відповідальність на предмет змістового наповнення з власників, видавничих груп, холдингів та редакторів” [5].

Дітям треба давати основи медіа-освіти, можливо, через улюблених персонажі журналів, мультфільмів, книжок. Автор книги „Дитяча книга: проблеми видавничої підготовки” Е. Огар звертає увагу, що „опрацьовуючи текст дитячого твору, редактор повинен пам’ятати, що його читацька аудиторія, особливо наймолодша, сприймає все зображене у виданні буквально. Діти розглядають книгу як реальне життя, глибоко переживаючи все, про що у ній написано. Вони часто наслідують улюблених героїв, переймаються їхніми проблемами, разом долають конфліктні ситуації у творі” [8, с.77]. І далі: „Спеціалісти стверджують: психіка малюків влаштована так, що урок є для них одним із засобів адаптації до різних життєвих умов. Досить згадати, як діти полюбляють застосовувати повчальний тон у розмові з іншими дітьми, під час гри, промовляючи до іграшок як до живих істот. Тому пряма повчальність у виданнях для найменших читачів є цілком органічною і навіть бажаною” [8, с. 78]. З розвитком комп’ютеризації майже кожен навчальний заклад може

започаткувати власну газету. Можна запропонувати школярам випускати власні газети, таким чином даючи їм основи медіа-освіти.

Отже, у підготовці якісних видань для дітей важливу роль відіграють редактори, але для кращої реалізації виховного потенціалу через дитячі книги та журнали треба об'єднувати зусилля видавців, педагогів та психологів і в такому напрямку сприяти розвитку медіа-освіти. Інформаційний продукт, який пропонується дітям, повинен відповідати морально-етичним та санітарно-гігієнічним нормам. Така проблема виходить за рамки літератури, освіти та видавничої справи і виходить на рівень державної політики в галузі друкованої діяльності.

Результати, викладені в статті, є частиною комплексного дослідження, що дає змогу переосмислити роль редакторів у медіа-освіті, у розвитку інформаційної політики, розглянути її під новим кутом зору, сприяти духовному розвитку незалежної України.

#### **Список використаної літератури**

**1. Антипчук Н.** Проблеми сучасної дитячої літератури // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка: Філологічні науки. – Луганськ: Видавництво ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка” „Альма-матер”, 2009. – № 19 (182). – С. 258-264. **2. Володина М.** От редактора // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов. – М.: Академический проект; Альма матер, 2008. – С.3-5. **3. Гончар О.Т.** Чим живемо: На шляхах до українського Відродження. – К. : Радянський письменник, 1991. – 382 с. **4. Гончар О.Т.** Щоденники: УЗ-х т.:Т.2 (1968-1983).–К.: Веселка, 2003.–607 с. **5. Давидченко Т.** Дитячі періодичні видання в Україні: контент-аналітичне дослідження змісту // [http://www.bdpu.org/scientific\\_published/conf\\_zhurn\\_2009](http://www.bdpu.org/scientific_published/conf_zhurn_2009). **6. Медіа-освіта і медіа грамотність: короткий огляд /** Іванов В., Волощенко О., Кульчинська Л., Іванова Т., Мірошніченко Ю. – 2-ге вид., стер. – К.: АУП, ЦВП, 2012. – 58с. **7. Миць Г.** „Хотіли українською? Натє!” // Урок української, 2007, № 6, с.29-30. **8. Огар Е.** Дитяча книга: проблеми видавничої підготовки: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / Українська академія друкарства. – Л.: АЗ – АРТ, 2003. – 160 с. **9. Серажим К. С.** Текстознавство [Підруч.] / К. С. Серажим. – К. : Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2008. – 527 с. **10. Фатеева И.А.** Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. университета. – 2007. – 270 с. **11. Федоров А.В.** Массовое медиаобразование: профессионалы и неофиты // Журналистика и медиаобразование -2010: Сб. тр. IV Междунар. Науч.-практ конф. – Белгород, „Бел ГУ”, 2010. – С.286-295. **12. Fedorov, A.** (2003). Media Education and Media Literacy: Experts Opinions. In: MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Paris: UNESCO.

**Довженко О. В. Роль редакторів у розвитку медіа-освіти**

Дитячі книги і журнали є продуктом мистецтва, педагогіки та психології і займають чільне місце у виховному процесі. Вони сприяють тому, що дитина отримує відомості про світ перш, ніж його побачить. Свідомість дитини значною мірою формується за допомогою засобів масової інформації. Очевидний вплив друкованого слова вимагає великої відповідальності, як самих видавців, так і всього суспільства, а особливо працівників освіти і культури. Соціальна відповідальність редактора підвищується при роботі над виданнями для дітей. Стурбованість якістю інформаційного продукту, пропонованого дитячій аудиторії, є однією з найактуальніших проблем видавців, а також педагогів і психологів. Це і викликало потребу в науковому дослідженні проблеми. Результати аналізу дитячих журналів свідчать про те, що в більшості випадків при створенні дитячих журналів не враховуються результати лінгвопедагогічних та лінгвопсихологічних досліджень, не береться до уваги естетичний потенціал матеріалів, які вміщені у виданні. У підготовці якісних видань для дітей важливу роль відіграють редактори, але для кращої реалізації виховного потенціалу через дитячі книги та журнали треба об'єднувати зусилля видавців, педагогів та психологів і в такому напрямку сприяти розвитку медіа-освіти. Інформаційний продукт, який пропонується дітям, повинен відповідати морально-етичним та санітарно-гігієнічним нормам.

*Ключові слова:* редактор, медіа-освіта, видання для дітей.

**Довженко Е. В. Роль редакторов в развитии медиаобразования**

**Резюме**

Детские книги и журналы являются продуктом искусства, педагогики и психологии и занимают ведущее место в воспитательном процессе. Они способствуют тому, что ребенок получает сведения о мире прежде, чем его увидит. Сознание ребенка в значительной степени формируется с помощью средств массовой информации. Очевидное влияние печатного слова требует большой ответственности, как самих издателей, так и всего общества, а особенно работников образования и культуры. Социальная ответственность редактора повышается при работе над изданиями для детей. Обеспокоенность качеством информационного продукта, предлагаемого детской аудитории, является одной из актуальных проблем издателей, а также педагогов и психологов. Это и вызвало потребность в научном исследовании проблемы. Результаты анализа детских журналов свидетельствуют о том, что в большинстве случаев при создании детских журналов не учитываются результаты лингвопедагогических и лингвопсихологических исследований, не учитывается эстетический потенциал материалов, помещенных в издании. В подготовке качественных изданий для детей важную роль играют редакторы, но для лучшей реализации воспитательного потенциала через детские книги и журналы нужно объединять усилия издателей, педагогов и психологов и в таком направлении способствовать развитию медиаобразования. Информационный

продукт, который предлагается детям, должен соответствовать морально-этическим и санитарно-гигиеническим нормам.

*Ключевые слова:* редактор, медиаобразование, издания для детей.

**Dovzhenko O. V. Editor's Role in the Development of Media Education**

Books for children are the product of art, pedagogics and psychology and play an important role in the process of upbringing. They favour that a child receives information about the world before it can be seen. The child's consciousness is been formed mainly by the means of mass information. The obvious influence of printed word demands the great responsibility of publishers as well as of the whole society, and especially of workers in educational and cultural spheres. Social responsibility of editor increase during the work with editions for children. Profound concern of quality of informational product, which is proposed to the children audience, is one of the most topical problems of publishers, as well as of teachers and psychologists. This has caused the necessity of scientific research of the problem. The results of analysis of children magazines proves that in the majority of cases of creation of children magazines the results of linguistic pedagogical and psychological studies are not taken into account, aesthetic potential of materials, which are in the edition, is not taken into consideration. In the preparation of qualitative editions for children editors play an important role but for better realization of educative potential through books and magazines for children it is necessary to combine the efforts of publishers, teachers and psychologists and in this direction contribute into the development of media education. Informational product which is proposed to children must correspond to moral, ethic, sanitary and hygienic standards.

*Key words:* editor, media education, editions for children.

Стаття надійшла до редакції 28.03.2013 р.

Прийнято до друку 26.04.2013 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Лобода С. М.

УДК 37.013.32

**О. В. Корчагіна**

**ГРУПОВІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ  
ДИСЦИПЛІН СПЕЦІАЛЬНОСТІ „РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ  
З ГРОМАДСЬКІСТЮ”**

Вища школа протягом всього часу свого існування незмінно стикається з важливим протиріччям. З одного боку, студент майже постійно виступає в навчальному процесі як окрема особистість, самостійно, незалежно від інших учнів вирішуючи всі пов'язані з навчанням задачі (засвоєння інформації, складання іспитів і т.ін.). З іншого боку, сучасне