

Базова система вправ із формування медіакультури майбутніх фахівців у галузі прикладної лінгвістики

К.С. Курган

Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського, Одеса, Україна

Paper received 09.11.15; Accepted for publication 25.11.15.

Анотація. У статті теоретично обґрунтовано і конкретизовано базову систему вправ із формування медіакультури майбутніх фахівців у галузі прикладної лінгвістики. Визначено роль інформаційно-рецептивних вправ як опорного виду під час засвоєння та осмислення теоретичного матеріалу, що мали на меті розширити медіазнання. Обґрунтовано важливість аналітико-конструктивних вправ, спрямованих на забезпечення формування навичок роботи з елементами медіатекстів та аналітичних вправ, головною метою яких було відтворення набутих знань та формування навичок виокремлення зв'язків між компонентами медіатекстів. Визначено інтерактивний тип вправ, використаних з метою систематизації інформації, отриманої попередньо на лекційних заняттях та унаочнення ключових компонентів медіатекстів.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіакультура, медіатекст, інформаційно-рецептивні, аналітико-конструктивні, аналітичні, інтерактивні вправи*

Поступ сучасного суспільства невинно веде до інформатизації життя людини, що призводить до стрімкого розвитку медіапростору. Культура, як базове надбання людства, під впливом цих перетворювальних процесів отримала щільний зв'язок з інформаційними потоками, отже, доречно вести мову про виформовування нового наукового поняття «медіакультура». Водночас особистість, яка перебуває під постійним тиском інформації, повинна набути певних рис, що дозволять їй перетворитися із грамотного сприймача інформації на її створювача. Із цього приводу Н. Б. Кирилова слушно зазначає: «Аудиторії потрібно дати орієнтир в умовах перепоповнення різномірної інформації, навчити грамотно сприймати її, розуміти, аналізувати, дати уявлення про механізми і наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів» [2, с. 404]. У зв'язку із цим у педагогічній думці виокремилась нова галузь – медіаосвіта. Саме ця ділянка покликана формувати особистість, яка, незважаючи на вікову чи професійну приналежність, може сприймати інформацію, розмежовувати її на корисну та шкідливу, має теоретичні знання щодо типів та жанрів медіаодиниць, їх структурної побудови та способів інтеграції до медіапростору. Водночас становлення медіаосвіти, як самостійної ланки у царині педагогічної науки, викликало гостру потребу в чіткому визначенні її понятійного апарату. Серед низки термінів: «інформаційна культура», «медіакомпетентність», «медіаграмотність», «медіакультура» виправданним, на нашу думку, є розуміння останнього як найбільш доцільного та повного терміна медіаосвіти. На сьогодні існує велика кількість досліджень цього поняття в напрацюваннях як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників (Р. Арнхейм, А. Базен, М. Маклюен, Н. Б. Кирилова, О.В. Федоров, Г.В. Онкович, Б.В. Потятинник). Однак, на нашу думку, малодослідженими залишаються шляхи та методи формування медіакультури студентів, зокрема майбутніх фахівців у галузі прикладної лінгвістики, що й зумовило актуальність дослідження. Метою наукової розвідки є обґрунтування базової системи вправ із формування медіакультури майбутніх фахівців у галузі прикладної лінгвістики.

Беручи до уваги результати констатувального зрізу, проведеного у Південноукраїнському національному університеті імені К.Д. Ушинського, Одеському національному університеті імені І.І. Мечникова, Східноєв-

ропейському національному університеті імені Лесі Українки, Національному університеті «Львівська політехніка», ми дійшли висновку щодо недостатньої мотивованості студентів на отримання нової інформації та невисокого рівня розвитку навичок і вмінь опрацювання й грамотного сприймання інформації, яку містять медіатексти. Під час виконання завдань пілотажного опитування студенти змішували тлумачення основних понять медіаосвіти, не повною мірою розмежовували жанри медіатекстів та визначали їх структурні компоненти, не могли доцільно інтегрувати медіатексти до сфери майбутньої професійної діяльності. Виходячи із цього, на завершальному етапі формувального етапу педагогічного експерименту було запроваджено низку вправ, спрямованих на поглиблення теоретичних знань та практичних навичок роботи з медіатекстами.

Весь комплекс вправ, передбачений у межах спекурсу був розміщений на попередньо створеному освітньому порталі під назвою «Медіакультура». Зважаючи на одну з рис медіатекстів, а саме мультимедійність, доречною, на нашу думку, була презентація їх в інтерактивному режимі і в прямому доступі з ресурсу Інтернет. Розміщення практичної частини значно спростило умови роботи з медіатекстами, адже стала відсутньою потреба в пошуковій діяльності в мережі Інтернет, а отже студент мав змогу сконцентруватися на роботі з медіатекстом.

Наведемо приклади.

Так, *інформаційно-рецептивні вправи* передбачали засвоєння та осмислення теоретичного матеріалу і мали на меті розширити знання щодо етапів становлення медіаосвіти як нової наукової парадигми. Їх використання сприяло засвоєнню базових й опорних знань учасників експерименту.

Вправа 1. Знайдіть три лексикографічні визначення кожного з понять «медіаосвіта», «медіакультура», «медіатекст» та окресліть особливості їх уживання.

Вправа 2. Проаналізуйте документ «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні» та визначте національну складову. Дайте відповідь на запитання: 1) Якою є головна мета Концепції? 2) Якими є головні завдання української медіаосвіти? 3) Які основні принципи покладено в основу запровадження медіаосвіти? 4) Поясніть, чому саме такі напрями розвитку медіаосвіти є

пріоритетними при впровадженні медіаосвіти в Україні? 5) Якими є основні етапи реалізації Концепції в Україні? 6) Опишіть основні умови успішного впровадження медіаосвіти в Україні.

Вправа 3. Оберіть одну із запропонованих країн, складіть хронологічну таблицю розвитку медіаосвіти в ній. Запропонуйте своє дослідження з використанням технічних засобів Power point.

Вправа 4. Оберіть одного з відомих медіадослідників та укладіть бібліографію його досліджень. Проаналізуйте одне з них.

Вправа 5. Наведіть приклади медіатекстів, які б ілюстрували такі принципи репрезентації інформації: «принцип дверей, що обертаються», «принцип входження в роль», «принцип зворотного зв'язку з адресатом».

Вправа 6. Складіть таблицю еволюції культури до медіакультури, спираючись на основні досягнення людства.

Вправа 7. Поясніть поняття «медіакультура суспільства» та «медіакультура особистості» на прикладі медіатекстів, осередком яких є Інтернет-ресурси.

Інші, *аналітико-конструктивні вправи*, проводились з метою формування навичок роботи з елементами медіатекстів та розвитку аналітичних здібностей, що в подальшому сприяло формуванню вмінь роботи із цілим медіатекстом, як складовою медіапростору.

Вправа 1. Створіть та запишіть рекламний відеоролик для просування на ринку певного товару загальногo користування. Запропонуйте Вашим одногрупникам визначити засоби і методи впливу та мету їх застосування у Вашому медіатексті.

Вправа 2. Створіть медіатекст будь-якого жанру, спираючись на такі зовнішні умови його існування: особливий тип і характер інформації; вторинність тексту; виробництво «на потік»; одноразовість; полікодовість; багатофункціональність.

Вправа 3. Порівняйте поняття «сюжет» та «фабула» у філологічній науці та кінематографі. Визначте спільні та відмінні риси.

Вправа 4. За епізодом зі створеного авторського літературного твору напишіть сценарій до аналогічної кіносцени, розрахованої на 2-3 хвилини екранної дії. Презентуйте його в аудиторії.

Вправа 5. Перегляньте художній трейлер до кінострічки «Стівен Хокінг: теорія всього» та змоделуйте перебудований трейлер із урахуванням зміни кіножанру на документальний. Визначте, що саме змінилося. Визначте провідні ознаки художнього та документального кіно.

Вправа 6. Проаналізуйте явище «прихована реклама» в телевізійних шоу чи кінематографічних одиницях. Поясніть, яким чином та з якою метою використовується саме такий вид реклами. Змоделуйте на прикладі фрагменту з теле-шоу чи кінотвору використання прихованої реклами. Прокоментуйте свій вибір.

Вправа 7. Перегляньте відеоролик. Змоделуйте презентацію отриманої інформації, враховуючи зміну каналу розповсюдження на: а) ранкове шоу «Підйом»; б) випуск новин ТСН; в) випуск новин на телеканалі Росія 1; г) випуск кримінальних новин; г) сцена з кінофільму. Відстежте залежність презентації інформації від каналу розповсюдження.

Вправа 8. Проаналізуйте одну зі статей газети День, №80 за 2015 р. «Скільки років потрібно вчитися, щоб стати лікарем?». Перебудуйте цю статтю, враховуючи зміну на друкований жанр преси. Порівняйте спільні й відмінні риси. Візьміть за основу друковану статтю з газети чи журналу, що має Інтернет відповідник, перебудуйте її з урахуванням виходу в он-лайн варіанті.

Вправа 9. Проаналізуйте наведені рекламні медіатексти та поясніть, яким чином та з якою метою в їх структурі використано міф. Змоделуйте власний приклад рекламного медіатексту, з використанням у його структурі міфу.

Вправа 10. Прочитайте газетну статтю та змоделуйте теле- чи радіорепортаж, що буде транслювати ту саму інформацію з урахуванням зміни жанру медіатексту: а) «У Львові відбувся фестиваль для дітей з особливими потребами»; б) «Табу зайві»; в) «Локальна перемога над Голлівудом»; г) «Іван Іванович і толерантність на Землі Обітованій».

Вправа 11. Проаналізуйте трейлери до відомих фільмів та визначте який тип монтажу використовувався при їх побудові. Обґрунтуйте свою думку.

Проаналізуйте медіатекст за трьома основними складовими кіномедіатексту:

– Зав'язка :

1. зв'язок назви з внутрішньою лінією подій;
2. чи зав'язка відкрита/закрита;
3. чи зав'язка логічна/нелогічна.

– Сюжет:

1. прямиий та опосередкований вплив;
2. апелювання до почуттів.

– Розв'язка

1. логічність побудови фіналу;
2. відповідність зав'язці.

Змоделуйте власний приклад кілотрейлеру до літературного твору, прочитаного Вами.

Вправа 12. Створіть приклад радіомедіатексту, враховуючи основні риси, які притаманні саме цьому жанру медіатекстів. Презентуйте його в аудиторії.

Наступні, *аналітичні вправи* забезпечували відтворення набутих знань, осмислення зв'язків між частинами медіатексту. Їх використання мало на меті сформувати практичні вміння відбору медіатекстів, їх критичного аналізу та міжкультурного аналізу.

Вправа 1. Проаналізуйте запропоновані рекламні медіатексти. Поясніть, які культурні маркери було використано в них. Наведіть власний приклад культурно-маркованих медіатекстів («Майонез укропстайл», «Ощадбанк», «Розбуди німця», «Семкі», «Семіх»).

Вправа 2. Проаналізуйте засоби впливу, які вжито в газетних статтях, мету їх використання. (Високий замок, 23.03.2013 р. «Укртелеком підвищує тарифи на радіоточки на 15,4%»; Високий замок від 23.03.2013 р. «Американські ЗМІ: «Боїнг збили росіяни»; Дзеркало тижня, №42, 15-22 листопада 2013 р. «Чи потрібен довгостроковий шенген?»).

Вправа 3. Проаналізуйте медіатексти та поясніть, які саме мовні явища домінують при їх створенні та з якою стилістичною метою. Наведіть власні приклади використання мовних явищ у рекламних текстах (рекламні плакати, телереклама «Алерсіс»).

Вправа 4. Візьміть за основу рекламний ролик, проаналізуйте його за структурними елементами ЗМІ: слово, звук, образ, аудіовізуальний ряд, анімація.

Вправа 5. Візьміть за основу наведені механізми мовного впливу (уведення оцінної інформації до сфери фактологічної; подрібнення інформації; метафоричність, розмитість значень; використання слів з «дифузною» семантикою; використання лексики, що викликає прогнозовану реакцію) та наведіть приклади застосування їх у медіатекстах.

Вправа 6. Знайдіть політичні новотвори в медіаресурсах будь-якого жанру та проаналізуйте мовні явища, що сприяли їх утворенню.

Вправа 7. Проаналізуйте відібрані медіатексти та поясніть, які види психологічного тролінгу в них домінують.

Вправа 8. Ознайомтесь з інформацією з вільної енциклопедії «Вікіпедія». Проаналізуйте головну сторінку та статтю «Медіаосвіта» і визначте головні риси web – енциклопедії. Порівняйте статтю в енциклопедії (Медіаосвіта // Енциклопедія освіти / акад. пед. наук. України, головний ред. В. Г. Кремень – К.: Юрінком Інтер, 2008 – С. 275) та однойменну статтю з вільної енциклопедії. Відстежте, яким чином відбулась трансформація інформації в Інтернет-ресурсі.

Вправа 9. Проаналізуйте контент трьох найпопулярніших соціальних мереж: Фейсбук, В Контакті, Твіттер та визначте їх цільову аудиторію. Аргументуйте на прикладах свої судження, беручи за основу репрезентацію тої самої інформації у трьох соціальних мережах.

Вправа 10. Визначте спільні та відмінні риси між культурою та медіакультурою, порівнюючи уривок із художнього твору М. Коцюбинського «Тіні забутих предків» та відповідний фрагмент з однойменної кінострічки С. Параджанова.

Вправа 11. Порівняйте рекламні ролики з їх відповідниками статичної реклами та визначте спільні й відмінні риси (Золотий Вік, Ощадбанк, Козацька рада, Карпатська джерельна, Жатецький гус, Садочок).

Вправа 12. Візьміть за основу типологію медіатекстів Т.Г. Добросклонської та проаналізуйте наведені нижче медіатексти, спираючись на такі категорії: а) випуск кримінальних новин; б) газетна стаття, яку присвячено виставці картин; в) радіорепортаж з місця святкування річниці заснування міста; г) пост в Інтернет-блозі, який присвячено тижню моди в Мілані; г) трейлер кінофільму; д) випуск новин на телебаченні / випуск новин у радіоєфірі; е) рекламний ролик на телебаченні / ролик у радіоєфірі.

Вправа 13. Візьміть за основу студійне інтерв'ю та визначте риси дифузії жанрів у випуску новин та ранковому шоу (випуск новин «Подобиці» на телеканалі Інтер та ранкове шоу «Підйом» на Новому каналі).

Вправа 14. Перегляньте фрагмент репрезентації однієї і тієї ж інформації у випусках новин на різних каналах. Відстежте, що саме впливає на подання інформації.

Вправа 15. Проаналізуйте Інтернет-сайти та поясніть яким чином у них виявлено основні риси медіатекстів, що побутують в Інтернет-просторі: гіпертекстуальність; інтерактивність; мультимедійність.

Вправа 16. Проаналізуйте Інтернет-сайти та визначте їх типи. З'ясуйте особливості побудови кожного з

них залежно від приналежності до певного типу медіатекста.

Використання *інтерактивних вправ* мало на меті систематизувати й узагальнити інформацію, отриману попередньо на лекційних заняттях та унаочнити теоретичний матеріал за рахунок запровадження цього типу завдань.

Так, у межах спецкурсу «Медіакультура» було використано вправи, створені за допомогою сервісу LearningApps [<http://learningapps.org/>], що є частиною Web 2.0 для підтримки процесів навчання та викладання за допомогою невеликих інтерактивних модулів. Їх можна використовувати безпосередньо як навчальні ресурси так і для самостійної роботи студентів.

Метою цієї роботи є створення загальнодоступної бібліотеки незалежних блоків, придатних для повторного використання та змін. Блоки (вправи) не вміщені в жодні конкретні сценарії чи програми, тому вони не розглядаються як цілісні завдання, натомість їх можна використовувати в будь-якому доречному методичному сценарії. Основна ідея інтерактивних завдань полягає в тому, що студенти мають змогу у зручний спосіб перевірити та закріпити свої знання в нестандартній формі, що, безумовно, сприяє зростанню мотивації на отримання нової інформації.

Розроблений освітній ресурс дає можливість як переглядати шаблони вправ, так і створювати власні. Проте особливістю цього ресурсу є попередня реєстрація на сайті за для можливості створювати власні вправи та зберігати їх.

Вправа 1. «Числова пряма». Поедняйте дати та основні етапи розвитку медіаосвіти. Використання цієї вправи передбачало систематизацію набутих знань щодо етапів розвитку медіаосвіти. Також важливим, на нашу думку, є те, що у студентів була можливість візуалізувати свої знання під час виконання вправи, що посилило укорінення інформації, отриманої попередньо.

Вправа 2. «Таблиця відповідності». Поедняйте автора класифікації з типологізацією, запропонованою ним. Зважаючи на великий обсяг інформації щодо базових авторських типологій медіатекстів, така вправа покращила сприйняття інформації та сприяла утворенню системності знань. Її використання передбачало комплексний розгляд типологій, а не поодинокі опрацювання, що позитивно позначилося на рівні володіння інформацією щодо авторських типологій медіатекстів.

Вправа 3. «Класифікація». Розмежуйте риси звичайного тексту та медіатексту. Ця вправа забезпечувала комплексний аналіз медіатексту як одиниці медіапростору, що відрізняється від більш звичної для студентської аудиторії одиниці – тексту та сприяла розвитку індуктивних умінь, адже надавала можливість від одиниці «текст» та «медіатекст» перейти до розрізнення їх рис, тобто менших частин.

Вправа 4. «Таблиця відповідностей». Розмежуйте риси, притаманні телебаченню та кінематографу. Запровадження вправи такого типу було спрямовано на чітку диференціацію спільних та відмінних рис телебачення та кінематографа.

Вправа 5. Вправа «Вікторина». Оберіть одну правильну відповідь на поставлене питання. Така вправа передбачала узагальнення знань, що були отримані на

лекційних і практичних заняттях та поглиблення термінологічного апарату.

Таким чином, запропонована система вправ із формування медіакультури майбутніх фахівців у галузі прикладної лінгвістики поглиблює теоретичні знання

про основні поняття медіаосвіти та структуру медіатексту, як основної одиниці медіапростору й сприяє розвитку практичних навичок опрацювання інформації, що міститься в медіатекстах і вмінь різнобічного аналізу медіатекстів різних жанрів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гончаренко С. Український педагогічний словник. К.: Либідь, 1997. – 374с.
2. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2005. – 448с.

REFERENCES

1. Goncharenko S. Ukrainian pedagogical dictionary. K.: Lybid, 1997. – 374 p.
2. Kirillova N.B. Mediaculture: from modern to postmodern. M.: Akademycal project, 2005. – 448 p.

Basic system of exercises for forming mediaculture of future specialists in the field of applied linguistic

C.S. Kurgan

Abstract. In the article is theoretically grounded and concretized base system of exercises for formation of mediaculture of future specialists in applied linguistics that used in the training course "Mediaculture", the introduction of which was the final stage of forming experiment research. The role of information and receptive exercises as there diference species during mastering and understanding the theory, which aimed to expand knowledge, which after became the basis for the formation of practical skills of processing mediatexts and the formation content. Proved the importance of analytical and constructive exercises which aimed for providings skills formation with elements of mediatexts and analytical exercises, usage of which is purposed for playing knowledge and developing skills isolating connections between components of mediatexts. Separately defined simulation type of exercises, the use of which asintended to organize information which was previously received on lectures and visualization of any aspects that provided feature perception exercises of this type.

Keywords: *mediaculture, mediaeducation, mediatext, informative and recepyive, analytical, analytical and constructive exercises*