

Шевирьова І.Г. Медіа-продукт як результат практичної діяльності майбутніх учителів початкових класів / І.Г.Шевирьова // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2018. – № 6 (320). – С. 353 – 361.

УДК 378.011.3-051:[373.3:001.895]

**І. Г. Шевирьова**

### **МЕДІА-ПРОДУКТ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ПРАКТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ**

Сучасний світ характеризується активним розвитком медіа-засобів, які торкаються усіх сфер життя людини: дозвілля, професійна діяльність, навчання, зокрема підготовка майбутніх фахівців у закладах вищої освіти. З іншого боку, в XXI столітті медіа активно впливає на реформування освіти, що призводить до зміни пріоритетів щодо навчання й виховання молодого покоління. Як зазначено в Концепції Нової української школи випускник має володіти десятима головними компетентностями, серед яких, на нашу думку, одну з ключових ролей відіграє інформаційно-цифрова компетентність як запорука успішного становлення сучасної особистості, патріота й інноватора [1, с. 11].

Сьогодні все частіше кажуть про те, що вчителі початкових класів мають працювати з «поколінням альфа» – дітьми, які знаходяться в безперервному контакті з медіа-засобами, цікавляться нововведеннями в галузі медіа, під час спілкування керуються лише сучасними девайсами: телефони, планшети, ноутбуки, нетбуки. Очевидно, що вчителі початкової ланки мають використовувати медіа-засоби в освітньому руслі, адже мова медіа більш зрозуміла сучасному поколінню дітей. Очевидно, що вчитель особисто повинен на високому рівні володіти медіа-засобами, бути медіа-компетентним.

Важливим у формуванні медіа-компетентності майбутніх фахівців початкової школи виступають знання, уміння, навички в галузі медіа, вміле застосування їх у професійній діяльності; накопичення досвіду та налагодження прогресивного діалогу з інформаційними технологіями. Такий комплекс дій в подальшому допоможе майбутнім фахівцям початкової школи цікаво та змістовно будувати освітній процес засобами медіа; у процесі аналізу та відбору інформації з медіа-ресурсів створювати власні медіа-продукти, які у перспективі стануть підґрунтям для навчання та виховання нинішніх учнів початкової ланки.

Проблемі формування медіа-компетентності вчителя приділяють увагу зарубіжні (Д. Алверман (D. Alverman), С. Дж. Берен (S. J. Baran),

С. Блюмеке (S. Blömeke), Д. Мун (J.S.Moon), Дж. Поттер (J. Potter); російські (Т. Афанасьєва, М. Жижина, Б. Ісмаков, А. Левицька, Ю. Тюнников, О. Федоров, Н. Хлизова); українські (Н. Змановська, А. Єрмоленко, Т. Іванова, Л. Найдьонова, Г. Онкович, А. Сулім, Н. Шубенко) вчені.

Низка вчених (В. Вебер (W. Weber), А. Волошина, І. Доніна, Н. Коновалова, С. Сімакова, О. Федоров) у структурі медіа-компетентності майбутніх педагогів виокремлюють операціональний (діяльнісний) компонент, що передбачає уміння створювати власний медіа-продукт, що дозволить учням удосконалювати теоретичні знання з предметів і одночасно оволодівати практичними вміннями й навичками в галузі медіа. Натомість, проблема створення медіа-продукту як результату оволодіння медіа-засобами майбутніми вчителями початкових класів у літературі висвітлена недостатньо, відсутня і класифікація таких медіа-продуктів.

Отже, *метою статті* є характеристика сутності медіа-продукту як результату оволодіння медіа-компетентністю майбутніми учителями початкових класів.

Поняття «медіа-продукт» почало застосовуватися нещодавно. Це пов'язано з тим, що лише наприкінці ХХ століття медіа активно стало впроваджуватися в різні сфери життя людини, зокрема, в освітню галузь. Однак, тільки сьогодні даний термін набирає обертів, привертає увагу багатьох дослідників. Активна й систематична медіа-діяльність є запорукою створення, а згодом, і реалізації певного медіа-продукту, що є, на нашу думку, показником високого рівня сформованості медіа-компетентності майбутніх учителів початкових класів. Означене поняття стало об'єктом дослідження науковців, зокрема, Л. Лободенко, О. Моїсєєвої, А. Новікової, Л. Шестьоркіної та ін.

З'ясування сутності категорії «медіа-продукт» передбачає аналіз понять «медіа» й «продукт».

Так, продукт за великим тлумачним словником української мови – це:

- результат людської діяльності; наслідок чогось; речовина, яка слугує матеріалом для успішної реалізації конкретної роботи (контекст нашого дослідження зумовлює педагогічну діяльність) [2, с. 507];
- предмет, отриманий в результаті наполегливої праці особистості [3, с. 568] (зазначимо, що результатом праці з медіа виступає матеріальний продукт: мультимедійна презентація, відеоматеріал, аудіозапис, фотоколлаж, електронний посібник, контролюючі програми);
- те, що можна застосувати для задоволення власних потреб [4, с. 52].

Отже, ми вважаємо, що будь-яка діяльність передбачає створення продукту, що є показником високого чи низького рівня володіння будь-яким процесом, у тому числі й професійною діяльністю взагалі. Звичайно, кожен медіа-засіб передбачає використання програмового

забезпечення. Таким чином, працюючи з медіа майбутні вчителі мають опанувати мову, символи медіа, за допомогою яких можливе оперування ключовими знаннями, прийомами та навичками при роботі з програмовим забезпеченням; інноваційні та конструктивні практичні підходи стануть у нагоді під час розв'язання поставлених задач засобами медіа. Вважаємо, що такий комплекс дій стане підґрунтям і запорукою створення результативного й науково-оснащеного медіа-продукту, який в майбутньому допоможе молодим фахівцям урізноманітнити освітній процес та підвищити його ефективність.

На думку російського медіа-педагога О. Федорова медіа – це засоби масової комунікації: передача, отримання інформації; інструмент для тиражування, копіювання, накопичення відомостей, отриманих з медіа; спосіб, за допомогою якого уможлиблюється створення медіа-продуктів; прилад для поширення, сприйняття інформації та обмін фактами між авторами медіа-текстів та масовою аудиторією [5, с. 24]. Отже, медіа виступає в якості об'єкта віртуального простору, до якого долучаються суб'єкти реальності з метою отримання інформації з подальшим її опрацюванням.

Поняття «медіа» за визначенням О. Моїсєєвої – це посередник між віртуальною й сучасною реальністю; засіб передачі інформації; канали, інструменти, які дозволяють зберігати інформацію, створювати медіа-продукти; редагувати тексти та інші види медіа [6]. Таким чином, медіа виступає посередником між суб'єктом (кому належить медіа-продукт) та об'єктом (для кого надається інформація) віртуального й сучасного простору. Медіа безпосередньо пов'язується із створенням медіа-продукту, в більшості випадків кінцевим результатом виявляються медіа-тексти [7].

Таким чином, медіа-продукт – це сконструйована дійсність користувача медіа, що відображає суб'єктивне ставлення до медіа; це е-витвір, отриманий завдяки наполегливій, активній, цілеспрямованій дії особистості, в ході якої накопичуються знання з питань програмового забезпечення; удосконалюються практичні уміння й навички; формується уявлення про віртуальний простір.

Цікавою є думка дослідниці Сесілії фон Файлітзен (С. von Failitzen), яка підкреслює, що суттєвим елементом під час роботи з медіа є створення власного медіа-продукту. Отже, процес створення медіа-продукту сприяє оволодінню всіма видами медіа; встановлюється критичний та незалежний погляд на їх контент; формуються дані про доступність, оригінальність програмового забезпечення [8].

Дослідниця А. Новікова вважає, що при створенні медіа-продукту формується критичне, аналітичне мислення; вибудовується план-стратегія щодо впровадження медіа-продукту в майбутню професійну діяльність [9].

Науковці Л. Шестьоркіна, Л. Лободенко кажуть про те, що медіа-продукт – це результат інтерактивної діяльності особистості з медіа.

Медіа-продукт націлений на задоволення потреб особистості чи масової аудиторії [4, с. 53].

Навчаючись у виші, майбутні фахівці оволодівають теоретичними знаннями, набувають практичний досвід в галузі медіа. Практична діяльність надає можливість майбутнім учителям ознайомитися з головними принципами, правилами роботи медіа; актуалізувати знання стосовно видів медіа, виокремити методичний їх профіль; завдяки пропедевтичній діяльності відбувається оволодіння семіотикою, мовою медіа; модернізувати теоретичні знання у відповідності з вимогами сучасною освіти. Таким чином, створення медіа-продукту унеможливується без практичної діяльності.

Варто підкреслити, що будь-які знання в сфері медіа мають ціннісне значення для майбутніх учителів початкової школи, а особливо, якщо вони набуті під час практичної діяльності. Тому, результатом творчої медійної діяльності є створення власного медіа-продукту, який спрямований на формування практичних навичок самостійної діяльності в системі «майбутній учитель – медіа». Актуалізація такої взаємодії зумовлена тим, що лише діяльність є узагальненою формою оволодіння будь-якими знаннями, які стають критеріальною ланкою для усвідомлення значущості власного професійного фаху. Практична медіа-діяльність спрямована на формування у майбутніх фахівців необхідного комплексу особистісних якостей, що дозволять вміло реалізувати на практиці набуті здібності в сфері медіа-технологій.

Працюючи з програмовим забезпеченням, майбутні фахівці за допомогою програмового забезпечення можуть створювати *візуальні* медіа-продукти (зображення, фото, комп'ютерна графіка); *аудіовальні* (звукові); *аудіовізуальні* – кінематограф, телебачення, відео; *графічну* (тексти, графіки, діаграми) [10]. Отже, медіа-діяльність передбачає обов'язкове створення майбутніми фахівцями медіа-продукту. Наприклад, це можуть бути електронні підручники, каталоги, мультимедійні презентації; виклад матеріалу у вигляді інфографіки, інтерактивних плакатів; офф-лайн лекції, відеофільми, аудіозаписи. Це поширює можливості удосконалювати навички в галузі медіа-засобів, аудіовізуального екранного простору; вивчення провідних правил щодо розповсюдження та розвитку масових комунікацій. Залучення майбутніх учителів до медійної діяльності за допомогою доцільного вибору комп'ютерних програм стимулюють їхню активність до оволодіння структурними компонентами педагогічної діяльності. Активна діяльність майбутніх учителів початкової школи стосовно грамотного застосування медіа засновано на низці таких засад: аналіз різних інформаційних джерел; систематичний перегляд провідних пізнавальних програм, які популяризують соціальні мережі, Інтернет-ресурси, програмне забезпечення; робота в Інтернеті, яка націлена на отримання цікавих фактів, новин в області медіа; пошук оригінальних Інтернет-сайтів. Ми вважаємо, що формування практичних навичок допоможе майбутнім

учителям початкової школи побувати перспективний план відносно досконалого вивчення всіх видів медіа й застосування медіа-продуктів в ході педагогічної діяльності.

Таким чином, медійна діяльність має власні специфічні особливості, зокрема, оволодіння програмовим забезпеченням, що дозволяє створювати авторські медіа-продукти, які характеризуються мобільністю, діалогічністю й відкритістю для всіх учасників освітнього процесу, а також можливістю змінюватись і доповнювати науковий контент в залежності від потреб суб'єкта та обставин, які виникають внаслідок розвитку медіа-технологій. До видів медіа-продуктів, що здатні створити майбутні учителі початкових класів ми відносимо: медіа-тексти, електронні презентації, контролюючі програми, відеоролики, наукові фільми, аудіопродукти, фотоколажі, буклети, електронні плакати, брошури, буктрейлери, комікси.

Отже, створення медіа-продукту є необхідною умовою та результатом оволодіння медіа-компетентністю, зазначимо, що це також є необхідною педагогічною умовою формування медіа-компетентності, обґрунтування якої є перспективами нашого подальшого дослідження.

#### **Шевирьова І. Г. Медіа-продукт як результат практичної діяльності майбутніх учителів початкових класів**

У статті розглянуто сутність поняття «медіа-продукт», визначено його науковий контекст; висвітлені погляди науковців стосовно окресленого поняття. Зазначено, що професійна підготовка у вишах має надати ґрунтовну базу як теоретичних знань з питань медіа, так і практичні уміння й навички з метою створення змістовних медіа-продуктів. У свою чергу висвітлено, що медіа-продукт – це засіб, який уможливорює ефективну й результативну діяльність людини; завдяки медіа-продукту можливо встановлювати зв'язки між віртуальним й сучасним простором; інструмент, який задовольняє інформаційні потреби особистості. В статті окреслено, що медіа-продукти класифікуються на візуальні, аудіовізуальні, аудіовізуальні, графічну. Отже, автор дійшов висновку, що створення медіа-продукту неможливо без творчої медійної діяльності, яка, в свою чергу, спрямована на формування практичних навичок самостійної роботи в системі «майбутній учитель – медіа». Актуалізація такої взаємодії зумовлена тим, що лише діяльність є узагальненою формою оволодіння будь-якими знаннями, які стають критеріальною ланкою для усвідомлення значущості власного професійного фаху.

*Ключові слова:* медіа-продукт, медіа-засоби, майбутні фахівців початкової освіти, медіа-компетентність майбутніх учителів початкових класів.

#### **Шевырева И. Г. Медиа-продукт как результат практической деятельности будущих учителей начальных классов**

В статье рассмотрено сущность понятия «медиа-продукт», определен его научный контекст; освещены взгляды ученых относительно очерченного понятия. Отмечено, что профессиональная подготовка в вузах должна предоставить основательную базу как теоретических знаний по вопросам медиа, так и практических умений и навыков с целью создания содержательных медиа-продуктов. В свою очередь обозначено, что медиа-продукт – это средство, которое предопределяет эффективную и результативную деятельность человека; благодаря медиа-продукту возможно устанавливать связи между виртуальным и современным пространствами; инструмент, который удовлетворяет информационные потребности личности. В статье сказано, что медиа-продукты классифицируются на визуальные, аудиальные, аудиовизуальные, графическую. Таким образом, автор пришел к выводу, что создание медиа-продукта невозможно без творческой медийной деятельности, которая, в свою очередь, направлена на формирование практических навыков самостоятельной работы в системе «будущий учитель-медиа». Актуализация такого взаимодействия обусловлена тем, что только деятельность является обобщенной формой овладения любыми знаниями, которые становятся критериальным звеном для осознания значимости собственной профессиональной деятельности.

*Ключевые слова:* медиа-продукт, медиа-средства, будущие специалисты начального звена, медиа-компетентность будущих учителей начальных классов.

#### **Shevyreva I.G. Media product as a result of practical activity of future teachers of elementary school**

The article discusses the essence of concept «media product», defines its scientific context; the views of scientists concerning the outlined concept are highlighted. It has been pointed out that vocational training at universities should provide a solid basis for both theoretical knowledge of media issues and practical skills and skills for creating meaningful media products. In turn, it is highlighted that a media product is a means that enables effective and productive human activity; Due to the media product it is possible to establish connections between virtual and modern space; an instrument that satisfies the information needs of the individual. The article outlines that media products are classified into visual, audiophile, audiovisual, and graphic. Thus, the author concluded that the creation of a media product is impossible without creative media activity, which, in its turn, is aimed at the formation of practical skills of independent work in the system "future teacher-media". Actualization of such interaction is conditioned by the fact that only activity is a generalized form of mastering any knowledge that becomes a criterion for understanding the significance of their own professional specialty.

It has been determined that media types that can be created by future teachers of the elementary school include media texts, electronic presentations,

control programs, videos, science films, audio products, photo collages, booklets, electronic posters, brochures, booklets, comic books.

*Key words:* media product, media, future specialists in elementary education, media competence of future primary school teachers.

#### Список використаної літератури

1. «Нова українська школа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf>.
2. Великий тлумачний словник української мови / Упоряд. Т. В. Ковальова; Худож.-оформлювач Б. П. Бублик. – Харків : Фоліо, 2005. – 767 с.
3. Тлумачний словник сучасної української мови. / Укладачі Л. П. Коврига, Т. В. Ковальова, В. Д. Пономаренко. / За ред. доктора філологічних наук, проф. В. С. Калашника. – Харків : Белкар-книга, 2005. – 800 с.
4. Шестеркина Л. П. От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ / Л. П. Шестеркина, Л. К. Лободенко // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2014. – Т. 11. – № 3. – С. – 50–55.
5. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М. : МОО «Информация для всех», 2014. – 64 с.
6. Моисеева Е. В. Проблемы эффективности продвижения медиапродукта [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://old.kpfu.ru/conf/mmea2011/bin\\_files/13.pdf](http://old.kpfu.ru/conf/mmea2011/bin_files/13.pdf)
7. Dorr A. Media Literacy // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. – Oxford, 2001.
8. Feilitzen C. von. Media Education, Children's Participation and Democracy // Feilitzen C. von. and Carlsson U. (Eds.) Children and Media: Image, Education, Participation. – Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 1999. – P. 24–26.
9. Новикова А. А. Медиаобразование в англоязычных странах / А. А. Новикова // Педагогика. – 2001. – № 5. – С. 87–91.
10. Медіаосвітні технології вивчення зарубіжної літератури у школі [Електронний ресурс]. – Режим доступу [isaieva.kiev.ua](http://isaieva.kiev.ua)