

зою авторитарних методів управління; необхідністю пошуку національної моделі управління традиційними й новими типами шкіл через осмислення і творчої переробки раніше невідомих зарубіжних концепцій менеджменту.

По-друге, менеджмент як суто управління в умовах ринкової економіки є системою теоретичних і практичних знань, організаційних дій і структур, що постійно розвиваються, набув міжнародного значення та універсального впровадження не тільки у виробничій сфері, а й у сфері освіти. З огляду на це, універсальність наукових заходів і технологій, розроблених у межах міжнародного менеджменту, дає змогу застосовувати їх і в управлінні педагогічними системами, що функціонують у різних національних середовищах. Це дає можливість інтегрувати набутий світовий досвід менеджменту в теорію педагогічного менеджменту.

Аналіз проблеми набору студентів на перший курс, показав наскільки нюанси ринкової економіки адекватно відбиваються на проблемах освіти, я б назвав би її ринковою освіти. Чому ринковою? Тому, що сьогодні абітурієнта необхідно «купляти». Сьогодні кожному абітурієнту гарантовано, я не боюся заявляти так категорично, принаймні, два три державних місця у будь-якому вищому навчальному закладі, при відповідних мінімальних показниках результатів незалежного оцінювання знань.

Як з наукової точки зору поступати в цій ситуації? В нашій країні науковий менеджмент ще не отримав достатнього розвитку. Причини цього чимало – у недосконалому правового поля, у недостатньому рівні цивілізованих методів управління персоналом, в решті решт, навіть у нашій ментальності.

Менеджмент в освіті є особливою галуззю менеджменту, який має свою специфіку та притаманні тільки йому закономірності. Ця специфіка полягає в особливостях предмету,

продукту, методів та результатів праці менеджера освіти. Предметом праці менеджера освітнього процесу є діяльність керівника того іншого структурного підрозділу навчального закладу. Продуктом його праці виступає інформація про навчально-виховний процес, а знаряддям праці є слово, мова.

Найбільш дієвим методом менеджменту при формуванні контингенту студентів постає метод психолого-педагогічного впливу. Разом з тим, не можна відкидати методи суспільного впливу – формування суспільної думки про колективів університету, запровадження лояльної конкуренції, толерантності, підвищення престижу та іміджу.

В якійсь мірі, спрацьовують економічні методи. Більшість абітурієнтів вибирають вищі навчальні заклади не за їх рейтингом, а за матеріальними затратами, які вони понесуть при навчанні в віддалених районах. Тобто методи суспільного впливу для значної частини абітурієнтів не так важливі.

Тут спірне пояснення. Анкетування серед абітурієнтів показало, що 60 відсотків з них вибрали фізико-математичний факультет за рекомендацією вчителів. Хіба це не суспільний вплив? З другої сторони, лише 20 відсотків з них проживає у віддалених районах.

Нажаль, у навчальних закладах практично ще немає менеджерів. Є управлінці в особі ректора, проректорів, керівників структурних підрозділів, але проблема зміни командного менталітету на менеджерський вже достатньо актуальна.

The condition of the managers in the education sector in terms of the present as an example of quality student recruitment for Physics and Mathematics. We consider the sociological study of the situation.

**Key words:** management education industry, the formation of a contingent of students.

Отримано: 4.10.2012

УДК 372.853.53

А. М. Кух, О. М. Кух

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

## ЗАДАЧІ ПІДГОТОВКИ ВЧИТЕЛІВ-ФІЗИКИ ЗАСОБАМИ МЕДІА-ОСВІТИ

У статті йдеться про сучасний стан та перспективи розвитку медіа-освіти в навчанні фізики.

**Ключові слова:** медіа-освіта, медіа-грамотність, медіа-психологія, медіа-дидактика, медіа-освітні технології, медіа-культура.

Епоха науково-технічного процесу на основі сучасних інформаційних технологій вимагає інтеграції знань з різних галузей людського знання. Так методики розв'язування винахідницьких задач, які використовуються в галузях пов'язаних із технічними об'єктами успішно перенесені в нові умови, наприклад, економічного аналізу, художнього проектування і дизайну, навіть віршування. Разом з тим, в конструювання технічних об'єктів дедалі частіше залучаються знання з ергономіки, дизайну тощо, що дає можливість розвиватися всім задіяним у цьому процесі галузям. Відбувається насичення і доповнення знань, що виявляється у новій якості об'єктів.

Пошук нових форм та засобів освіти також потребує інтеграції знань та технологій, які успішно реалізуються у різних галузях виробництва, зокрема виробництва медійної продукції. Зауважимо, що медійний продукт або продукт засобів масової інформації (ЗМІ) це інформація, адаптована для сприйняття певним колом споживачів (масою). Під мас-медіа (або ЗМІ) будемо розуміти суспільний інститут, який забезпечує виробництво та транспортування інформації і реалізує зворотний зв'язок з її користувачами. Важливою властивістю мас-медіа в умовах інформаційного суспільства є її міжпредметність. Саме вона створює передумови використання мас-медійної продукції в освіті.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми [1, 3, 4, 7] показує, що «медіа-освіта» як процес розвитку й саморозвитку особистості на матеріалах та за допомогою засобів масової комунікації покликана формувати культуру комунікації, уміння усвідомлено сприймати, критично осмислювати, інтерпретувати медіа-тексти з метою розширення загальних, соціоку-

льтурних і професійно значущих знань, комунікативних та творчих здібностей. Медіа-педагоги різних країн теоретичним підрунтям розвитку медіа-освіти вважають позитивний або ж негативний вплив медіа на розвиток особистості зокрема та суспільства загалом, що зумовило виокремлення різних підходів, теорій та моделей медіа-освіти.

Для вдосконалення професійної освіти, забезпечення її доступності та ефективності, підготовки молоді до життя й діяльності в інформаційному суспільстві сьогодні доцільно враховувати процеси стрімкого інформаційно-технологічного розвитку різних галузей. Щоб навчити студентів користуватися інноваційними технологіями, слід сформувати в них уміння управляти потоками інформаційних ресурсів, опанувати комунікаційними технологіями та стратегіями їх використання. Для цього викладач має володіти новітніми технологіями навчання. Саме медіа-освіта ставить за мету якнайповніше скористатися освітнім й технічно-комунікаційним потенціалом сучасних ЗМК та є, за визначенням ЮНЕСКО, окремим напрямом освіти, оскільки допомагає людині усвідомити способи використання масової комунікації в суспільстві; аналізувати медіа-тексти й критично оцінювати запропоновані в них цінності, політичні, соціальні, комерційні й культурні інтереси, а також створювати та ширити через мас-медіа власні медіа-тексти [7]. У визначеннях ЮНЕСКО (2001 й ін.) медіа-освіту та медіа-компетентність послідовно пов'язують і з розвитком демократичного мислення, і з розвитком громадської відповідальності особистості. Саме медіа-освітні технології, котрі об'єдналися в окрему частину педагогіки – медіа-дидактику, яка розробляє теорію медіа-освіти й навчання, науково обґрунтовує зміст медіа-освіти, вивчає закономірності, прин-

ципи, методи й організаційні форми навчання із залученням медіа-продуктів та опертям на мас-медіа, – утілюють принципи гуманізації освіти, сприяють підвищенню інтелектуального, культурного, духовного, морального рівня майбутнього фахівця. А оскільки медіа поділяються на “старі” й “нові”, ми розділяємо поняття *інформаційно-комунікаційні технології* (забезпечується “старими” медіа – пресою, радіо, кіно) й *інноваційно-комунікаційні технології* (забезпечуються, відповідно, новітніми засобами масової комунікації). Відтак, медіа-дидактика складається з пресодидактики, теледидактики, кінодидактики, радіодидактики, інтернет-дидактики, мультимедіадидактики тощо [4].

*Отже, можна визначити такі завдання медіа-освіти:*

✓ *медіа-імунітет* особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіа-середовищу, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіа-продукції, що передбачає медіа-обізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів;

✓ *рефлексія і критичне мислення* як психологічних механізмів медіа-грамотності, які забезпечують свідоме споживання медіа-продукції на основі ефективного орієнтування в медіа-просторі та осмислення власних медіа-потреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту і форми інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа;

✓ *здатності до медіа-творчості* для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань, покращення якості міжособової комунікації і приязності соціального середовища, мережі стосунків і якості життя в значущих для особистості спільнотах;

✓ *спеціалізовані аспекти медіа-культури*: візуальної медіа-культури (сприймання кіно, телебачення), музичної медіа-культури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, та сучасних напрямів медіа-арту тощо.

*Медіа-освіту можна здійснювати в таких формах:*

- Медіа-освіта дошкільна.
- Медіа-освіта шкільна.
- Медіа-освіта позашкільна.
- Батьківська медіа-освіта.
- Медіа-освіта дорослих.
- *Медіа-освіта у вищій школі* передбачає підготовку як фахівців для мас-медіа, так і медіа-педагогів та медіа-психологів. Крім того, медіа-освітні елементи мають увійти до навчальних програм циклу професійно-орієнтованої гуманітарної підготовки з інших спеціальностей у відповідних їм обсягах.
- *Медіа-освіта засобами медіа* – провідна форма стихійної медіа-освіти дітей і дорослих, яка, однак, за відповідних зусиль може набувати ознак цілеспрямованості та конструктивності. Цілеспрямована медіа-освіта засобами медіа забезпечується навчальними, інформаційно-аналітичними, інформаційно-розважальними програмами та медіа-проектами, потребує значного підвищення якості освітньої медіа-продукції, залучення до виробництва та експертизи якості медіа-продукту фахових медіа-педагогів і медіа-психологів.

*Основними принципами медіа-освіти є:*

- ◇ Особистісний підхід.
- ◇ Перманентне оновлення змісту.
- ◇ Орієнтація на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.
- ◇ Пошанування національних традицій.
- ◇ Пріоритет морально-етичних цінностей.
- ◇ Громадянська спрямованість.
- ◇ Естетична наснаженість.
- ◇ Продуктивна мотивація.

*Основні дидактичні підходи в реалізації медіа-освіти:*

1) “*Freeze Frame*” / “*Заморожування кадру*”: для студентів зупиняють зображення, і вони пробують аналізувати композицію, освітлення, колір, ракурс у кадрі тощо.

2) “*Sound and Image*” / “*Звук і зображення*”: викладач закриває екран монітора і студенти чувають лише звукову доріжку медіа-тексту. Вони мають встановити жанр, стиль фрагменту, подумати над варіантами музичного і шумового супроводу в цьому медіа-тексті (йдеться про важливість та особливості звукового оформлення ТБ-продукції).

3) “*Spots and Shots*” / “*Місце і кадр*”: спрямоване на розуміння того, що кожен кадр несе конкретну певну інформацію, що існує монтажний ритм кадрів тощо.

4) “*Top and Tail*” / “*Початок і кінець*”: перегляд студентами початкових/кінцевих титрів/кадрів медіа-тексту, по чому студенти мають розгадати жанр тексту/твору, запропонувати власні версії сюжету.

5) “*Attracting Audiences*” / “*Приваблювання аудиторії*”: студенти готують пакет медіа-матеріалу (рецензії, рецензії, фотографії), за яким можна підготувати групову “презентацію” того чи іншого медіа-тексту або скласти колаж на його тему (щоб збагнути причини успіху/неуспіху медіа-тексту в аудиторії).

6) “*Cross-media Comparisons*” / “*Порівняння медіа-текстів*”: студентам пропонується порівняти 2 фрагменти різних творів (для різних аудиторій). Наприклад, літературний твір і кілька його екранізацій.

7) “*Simulation*” / “*Імітація*”: студенти розігрують ролі продюсерів/авторів медіа-тексту, модифікуючи його для різних вікових груп, критикуючи його з різних точок зору; намагаючись “продати” його різними телеканалами і прокатними фірмами.

*Елементами медіа-освіти в підготовці вчителя фізики є:*

- аналіз текстів на предмет фізичного змісту;
- добір текстів, відео та аудіо на конкретну тему уроку;
- складання задач на основі даних текстів, відео- та аудіо-матеріалів;
- формування елементів критичного мислення;
- розробка презентацій уроків фізики;
- розробка сценарію демонстрації;
- фото-, відеозйомка та їх аналіз;
- розробка сценаріїв відеоуроків;
- відеозйомка та аналіз відеоуроків;
- розробка сценаріїв анімацій;
- зйомка анімацій та їх аналіз;
- розробка узагальнюючих конспектів, графів таблиць, плакатів;
- розробка тематичних інформаційних середовищ;
- розробка навчальних комп’ютерних програм;
- розробка дидактичних засобів з відповідним методичним супроводом.

*Форми результатів:*

- творча індивідуальна розробка;
- домашнє контрольне завдання (проект);
- курсова робота (проект);
- дипломна робота (проект);
- магістерська робота.

*Медіа-освіта в галузі підготовки вчителя фізики спирається на такі ресурси:*

► *Матеріально-технічні*

- комп’ютерні станції з доступом до Інтернет;
- засоби звукозапису;
- цифровий фотоапарат;
- цифрова відеокамера;
- засоби відеопрезентації;
- друкуючі засоби;
- копіювальна техніка.

► *Ідейно-технологічні*

- індивідуалізація навчання;
- особистісний підхід;
- концентроване навчання;
- популяризація досягнень науки і техніки;
- реалізація принципу історизму;
- ціннісне відношення до досліджуваного матеріалу.

► *Суб’єкт-термінальні*

- індивідуальна робота на занятті;

- групова та індивідуальна робота в позааудиторний час;
- в рамках курсів: “Вибрані питання ШКФ”, “Методика викладання фізики”, “Вибрані питання МВФ”, “Технічні засоби навчання”, “Використання комп’ютерної техніки в навчальному процесі”.

Результати медіа-освіти виражаються у конкретних результатах:

- творча індивідуальна розробка;
- домашнє контрольне завдання (проект);
- курсова робота (проект);
- дипломна робота (проект);
- магістерська робота.

Отже, впровадження засобів медіа-освіти в процес підготовки вчителя вимагає розв’язання низки організаційних, дидактичних та матеріально-технічних задач, що вираються в конкретній якості підготовки фахівців.

#### Список використаних джерел:

1. Zrazhevska N. I. Masova komunikatsiya i kultura : lektsiyi / Zrazhevska N. I. – Cherkasi : Brama – UkraYina, 2006. – 172 s.
2. Kazakov Yu. M. Pedagogichni umovi zastosuvannya mediaosviti v protsesi profesiynoyi pidgotovki maybutnih uchiteliv : avtoref. ... kand. ped. nauk: 13.00.04 – teoriya ta metodika profesiynoyi osviti / Yu. M. Kazakov. – Lugansk, 2007. – 21 s.
3. Mediakultura osobistosti; sotsialno-psihologichniy pidhid : navch.-metod. zb. / [O. T. Barishpolets, L. A. Naydonova, G. V. Mironenko ta in.] ; za red. L. A. Naydonovoyi, O. T. Barishpoltsya. – K. : Milenium, 2009. – 440 s.
4. Onkovich G. V. Media-osvitni tehnologii i kompetentnisniy pidhid / G. V. Onkovich // Realizatsiya Evropeyskogo dosvidu kompetentnisnogo pidhodu u vischiy koli Ukraini : materiali metodol. seminaru. –K. : Ped. dumka, 2009. – S. 206–217.
5. Fedorov A.V. Mediaobrazovanie v Rossii i Ukraine: sravnitelnyiy analiz sovremennogo etapa razvitiya (1992–2008) / A. V. Fedorov // Mediaobrazovanie i mediakompetentnost: slovo ekspertam / pod red. A.V. Fedorova. – Taganrog : Izd-vo Taganrog. gos. ped. in-ta, 2009. – S. 192–209.
6. Chemeris I.M. Formuvannya profesiynoyi kompetentnosti maybutnih zhurnalistiv zasobami inshomovnih periodichnih vidan : avtoref. ... kand. ped. nauk: 13.00.04 – teoriya ta metodika profesiynoyi osviti / I. M. Chemeris. – K., 2008. – 24 s.
7. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In Education for the Media and the Digital Age. – Vienna : UNESCO, 1999. – R. 273–274. Reprint in: Outlooks on Children and Media. – Goteborg : UNESCO & NORDICOM, 2001. – P. 152.
8. <http://edu.of.ru/mediaeducation>; <http://edu.of.ru/medialibrary>; <http://www.mediagram.ru/mediaed/journal/>.

The current state and prospects of the development of media education of physics are presented in the article.

**Key words:** media education, media literacy, media psychology, media didactics, media educational, media culture.

Отримано: 15.10.2012