

УДК 371.124:78

Л. М. КИКІНЬОВА, О. В. ПОЛІЩУК, І. В. ТУЗОВА

РОЛЬ ВПЛИВУ МЕДІАКУЛЬТУРИ НА ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ

З метою визначення ролі впливу медіакультури на підвищення результативності майбутнього вчителя музики у статті окреслено джерельну базу з проблеми медіакультури у соціологічному, музикознавчому та педагогічному аспектах, акцентуються здобутки праць Л. Кияновської, Н. Череповської та ін.; вирізняються основні поняття, пов'язані з феноменом медіа-культури, та подано їх дефініції; здійснено соціокультурний аналіз рівня медіа-культури майбутнього вчителя музики (на прикладі студентів Луцького педагогічного коледжу); виявлено особливості впливу медіа-культури на підвищення результативності майбутнього вчителя музики. У результаті доведено, що студенти із вищим рівнем медіа-культури мають ширші можливості для самовдосконалення та підвищення рівня фахової майстерності.

Ключові слова: медіакультура, медіаосвіта, інформаційний простір, майбутній вчитель музики.

Сучасний соціокультурний простір характеризується особливо високою насиченістю медіазасобами, що оточують їх реципієнта практично в усіх сферах життєдіяльності. Утворився феномен, який називаємо “медіакультура”, і який, якщо його розглядати у педагогічному аспекті, є головним предметом Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, ухваленої постановою Президії Національної академії педагогічних наук України протокол № 1-7/6-150 від 20 травня 2010 р. [5]. Відтак, важливим питанням є дослідження впливу вказаного феномену на всіх суб'єктів освітнього процесу, в тому числі, на майбутнього вчителя, що зумовлює актуальність теми цієї наукової розвідки.

Проблема медіа-культури опрацьовується, насамперед, в межах соціології культури, зокрема, у посібнику з цієї галузі за редакцією О. Семашка і В. Пічі [11] та ін. З огляду на те, що у цьому дослідженні увагу присвячено майбутнім вчителям музики, звернемося до музикознавчої сфери. Одним із перших до проблеми соціології музики звернувся Т. Адорно [1], який заклав основи європейського, в тому числі, українського, соціологічного музикознавства. В українській науці ця проблема вивчається на перетині з психологічним музикознавством, першими паростками якого стали роботи дослідження лабораторії організації творчих процесів при Київському оперному театрі, куди входили І. Зязюн, І. Гончар та ін. [8]; у працях О. Костюка [6], Л. Черкашиної [14]; у дослідженнях із проблем соціокультурної діяльності О. Зінкевич і Ю. Чекана [3] та ін. Етапними в історії таких досліджень стали праця Б. Слющинського “Соціологія музичної культури” [10] і посібник групи авторів (З. Ластовецької-Соланської, О. Пилатюк, А. Скорик) під редакцією Л. Кияновської “Нариси з музичної соціології” [8], що є першою цілісною вітчизняною науково-методичною працею у цій сфері.

Мета статті – визначити роль впливу медіакультури на підвищення результативності майбутнього вчителя музики.

Завдання:

- окреслити джерельну базу з проблеми медіакультури в соціологічному, музикознавчому та педагогічному аспектах, а також дотичних питань;
- вирізнити основні поняття, пов'язані з феноменом медіакультури, та надати їх дефініції;
- здійснити соціокультурний аналіз рівня медіакультури майбутнього вчителя музики (на прикладі студентів Луцького педагогічного коледжу);
- виявити особливості впливу медіакультури на підвищення результативності майбутнього вчителя музики та визначити роль вказаного впливу.

Педагогічний аспект проблеми медіа-культури є предметом посібника “Візуальна медіа-культура учнів ЗОШ” [12] та експериментальної моделі програми спеціального медіаосвітнього курсу для старшокласників “Медіакультура” Н. Череповської [13], дослідження “Формування медіакультури майбутнього вчителя музики” Н. Шубенко [15] та ін., проблеми музичної соціології в ракурсі музичної освіти підіймає Л. Кияновська [4] та ін.

Дотичними до вказаної проблеми є сфери вивчення знакових систем та інформаційних технологій, основні здобутки яких також формують основні характеристики феномену медіакультури. У цьому ракурсі згадаємо одне з перших досліджень “Крізь призму знаку: знаки у мистецтві” В. Мітіної [7], яке стало імпульсом подальших наукових розвідок у цьому напрямі, а також працю А. Скорик “Музичні програми регіонального телебачення в інформаційному просторі сучасності (на прикладі програм Львівського телебачення)” [9], що є однією з перших спроб залучення тематики інформаційного простору в музикознавчий і соціокультурний контекст.

Таким чином, феномен медіакультури отримує в Україні наукове осмислення, що відкриває шляхи для інших крос-культурних, психологічних і педагогічних досліджень.

Поняття “медіакультура” є одним із провідних у згаданій Концепції впровадження медіа-освіти в Україні та визначається останньою як “сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіа-культура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі” [5]. Тому, власне, необхідно розрізняти поняття колективної та індивідуальної медіакультури. Перша притаманна для певного соціуму – вікової чи соціальної групи, у нашому випадку – майбутніх вчителів музики, тобто представників студентства (в нашому дослідженні – 19–21-річного віку). Друга є ознакою конкретної особистості, на що впливають її інтелектуальний, культурний та інші рівні, здатність до самовдосконалення тощо. Окрім того, вагомим чинником розвитку рівня медіа-культури є широта можливостей доступу до медіаджерел, що, окрім теле- й радіо- каналів, є пріоритетним саме у молоді. Визначальним у цьому процесі є швидкість

та якість сприйняття новітніх технологій, таких як Інтернет і різноманітні програми, базові для тієї чи іншої професійної сфери (як, наприклад, *Finale* для музикантів тощо).

Другим важливим поняттям, пов'язаним із медіакультурою, є медіаосвіта. Згадана концепція визначає її як частину освітнього процесу, спрямовану на “формування в суспільстві медіа-культури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії з сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій” [5]. Саме “формування медіакультури особистості у середовищі значущих для неї спільнот” складає головну мету медіаосвіти [5]. Іншими дотичними поняттями є “медіаобізнаність”, “медіаграмотність” і “медіакомпетентність”.

В сучасних умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій та пов'язаним із цим процесом швидкого накопичення інформації, що створюється нескінченним її потоком із множинної кількості різноманітних джерел, головним завданням медіаосвіти є формування “медіаімунітету” особистості. Останній робить особистість “здатною протистояти агресивному медіасередовищу, забезпечує психологічний добробут при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне “сміття”, захищати від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів” [5].

Якщо розглянути означену проблему в контексті музичної інформації, то вона постає з особливою вагомістю у зв'язку з використанням творів класичного мистецтва в рекламі, комп'ютерних іграх та інших “споживацьких” жанрах. Так, дослідниця психокоригувальної ролі музики В. Драганчук подає експериментальні дані про те, що основна тема Другого концерту для фортепіано з оркестром С. Рахманінова сприймалася дошкільнятами як звуковий символ зубної пасти “Sanino”, тема Токати (з Токати і фуги d-moll) Й. С. Баха – як музика “родини Адамсів” (з однойменного мультиплікаційного фільму) [2]. Таким чином, порушується адекватність розуміння мистецтва, що деформує уявлення про це мистецтво, а відтак – й уявлення про світ і себе в ньому. Тож, девіз попередньої епохи “хто володіє інформацією – той володіє світом” змінюється на більш актуальною сьогодні потребою у вмінні користуватися інформацією, адекватно тлумачити та застосовувати її для конкретних потреб особистості чи соціальної групи.

Іншою проблемою, пов'язаною з медіакультурою, є загроза вироблення споживацького відношення до творів мистецтва. Так, хвилююча атмосфера сприйняття “живого” виконання у концертній залі змінюється на більш прагматичну атмосферу слухання “у зручному місці та у зручний час”. Тому завданням педагогів є прищеплення естетики сприйняття, що, без сумніву, є важливою складовою медіаосвіти та формує медіакультуру особистості. Так, А. Скорик, дослідивши музичні програми регіонального телебачення (на прикладі львівського), прийшла до висновку, що “слід особливо увагу приділити корекції художнього рівня масової музичної продук-

ції... естрада, популярна пісня зовсім не повинна бути низькопробною; слід максимально доцільно використати навіть невелике зростання інтересу масової аудиторії до серйозної художньої культури” [9]. Способом вирішення цієї проблеми дослідниця бачить вихід на екран мобільних, яскравих, захоплюючих передач про події сучасної серйозної культури у *прайм-таймі* [9].

Експериментальна модель програми спеціального медіаосвітнього курсу “Медіа-культура” у варіанті для старшокласників була створена Н. Череповською [13]. Авторка наголошує, що поняття “медіа-культура” визначається у соціокультурному і психологічному аспектах. У першому випадку мається на увазі суспільний феномен виробництва та споживання медіапродукції, у другому – особистісна медіакультура, яка передбачає сукупність набутих людиною психофізіологічних і психологічних способів споживання медіапродукції (мотиви споживання, вміння пошуку, сприймання, аналіз, оцінювання, опрацювання, зберігання отриманої з медіа інформації, застосування корисної та дистанціювання від непотрібної інформації). У цьому контексті важливим є також виокремлення авторкою поняття “відео-культура”, до якої, за її словами, належить “технічне забезпечення візуального плану медіа та вся візуальна й аудіовізуальна медіапродукція” [13]. Вважаємо за необхідне акцентувати на необхідності застосування поняття “аудіо-культура”¹, а також, аналогічно до тлумачення феномену медіа-культури у соціокультурному та психологічному аспектах, розрізнити відео- та аудіо-культуру у вказаному вище соціокультурному розумінні та в психологічному – як особистісної культури, що передбачає той чи інший рівень споживання відео- чи аудіо-продукції.

Тож, окресливши джерельну базу з проблеми медіакультури в соціологічному, музикознавчому та педагогічному аспектах і вирізвивши основні поняття, пов’язані з феноменом медіа-культури, перейдемо до наступного етапу нашого дослідження. Він передбачає оприлюднення результатів соціокультурного аналізу рівня медіакультури майбутнього вчителя музики на прикладі студентів Луцького педагогічного коледжу і, як результат – виявлення особливостей впливу медіакультури на підвищення результативності майбутнього вчителя музики.

Результативність підготовки до проведення конкретного заняття суттєво збільшується при застосуванні медіа-технологій. При цьому студенти з нижчим рівнем медіа-культури (яка у цьому випадку ототожнювалася з вмінням якісно володіти інформаційними ресурсами) витратили значно більше часу на підготовку заняття, а самі матеріали не містили такої необхідної в сучасному освітньому процесі характеристики як яскравий, новаторський виклад. Окремо відзначимо, що застосування нотних редакторів у підготовці матеріалів шкільного заняття музичного мистецтва роблять останні більш ефективними та цікавими.

Доведено, що якість запам’ятовування матеріалів, що вивчаються, зростає при їх багаторазовому прослуховуванні в індивідуальному порядку

¹ Термін “аудіо-культура” застосовується в курсі “Музична психологія” кандидатом мистецтвознавства, доцентом Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки В. Драганчук і трактується в контексті впливу аудіо-продукції на особистість.

за допомогою медіазасобів. При цьому результативність художнього осми-слення образу як головний чинник виконавської інтерпретації зростає за умови проведення спеціально підготовлених прослуховувань із викорис-танням потрібної інформації з психології творчості композитора, а також використанням відеорядів тощо.

Отже, серед чинників, що підвищують результативність майбутнього вчителя музики є:

- вміння швидко орієнтуватися в потоці загальної та музичної ін-формації з медіаджерел;
- здатність диференціювати інформацію та відсіювати “інформа-ційне сміття”;
- здатність створювати потрібні інформаційні ряди, як, наприклад, “інформація про композитора – інформація про твір – нотний текст твору – аудіо/відео-запис виконання твору – виконавчі версії твору – критичні ма-теріали”;
- здатність грамотно використовувати інформацію, уникаючи пла-гіату тощо;
- вміння користуватися звуковідтворювальними системами;
- вміння користуватися нотними редакторами.

Медіакультура, без сумніву, є важливим феноменом, що супроводжує життя сучасного соціуму. Тому від її рівня та якості залежить як рівень культури особистості, так і його фахова результативність. Оскільки мистецька освіта передбачає знайомство з артефактами культури, медіазасоби є невід’ємними супутниками і помічниками майбутнього вчителя музики.

Список використаної літератури

1. Адорно Т. В. Избранное: Социология музыки / Теодор Визенгрунд Адорно. – Москва ; Санкт-Петербург : Университетская книга, 1998. – 445 с.
2. Драганчук В. М. Музыка як фактор психокоригування: історичний, теоретич-ний і практичний аспекти : дис. ... канд. мистецтвозн. : 17.00.03 – музичне мистецтво / Драганчук Вікторія Миколаївна ; Національна музична академія України ім. П. І. Чай-ковського. – Київ, 2003. – 235 с.
3. Зінькевич О. С. Музична критика. Теорія та методика : навч. посіб. / Олена Зінькевич, Юрій Чекан. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2007. – 424 с.
4. Кияновська Л. Музична соціологія і проблеми сучасної музичної освіти / Любов Кияновська // Музичне мистецтво і культура. Науковий вісник Одеської державної музич-ної академії ім. А. В. Нежданової : зб. наук. праць. – 2006. – Вип. 7. – Ч. 2. – С. 18–28.
5. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Ре-жим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm.
6. Костюк О. До проблеми музичних смаків радянського слухача // Сучасна українська музика : зб. статей / [за ред. Л. Б. Архімович, Н. О. Горюхіної, В. Д. Дов-женко]. – Київ : Мистецтво, 1965. – С. 28–47.
7. Митина В. А. Сквозь призму знака: знаки в искусстве / Валентина Митина. – Киев : Самватас, 1996. – 107 с.
8. Нариси з музичної соціології : навч. посіб. / Л. Кияновська, З. Ластовецька-Соланська, О. Пилатюк, А. Скорик ; за заг. ред. Л. Кияновської]. – Львів : Сполом, 2011. – 192 с.
9. Скорик А. Я. Музичні програми регіонального телебачення в інформаційному просторі сучасності (на прикладі програм Львівського телебачення) : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн. : 26.00.01 – теорія та історія культури / Скорик Адріана Ярославівна ; Львівська національна музична академія ім. М. В. Лисенка. – Львів, 2009. – 16 с.

10. Слющинський Б. Соціологія музичної культури / Б. Слющинський. – Маріуполь : Приазовський робочий, 2002. – 236 с.
11. Соціологія культури : навч. посіб. / за ред. Олександра Семашка, Володимира Пічі. – Львів : Новий Світ, 2002. – 333 с.
12. Череповська Н. І. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Наталія Череповська. – Київ, 2010. – Режим доступу: http://www.zhu.edu.ua/mk_school/pluginfile.php/2375/mod_resource/content/1/Підручник.pdf.
13. Череповська Н. І. Програма спеціального медіаосвітнього курсу для старшокласників ЗОШ “Медіакультура” [Електронний ресурс] / Наталія Череповська. – Режим доступу: http://leader.ciit.zp.ua/files/menu_r2/media/prog_media1.doc.
14. Черкашина Л. Сучасна музична соціологія: напрямки, проблеми, перспективи (український та європейський контексти) / Лідія Черкашина // Культурологічні проблеми української музики (наукові дискурси пам’яті акад. І. Ф. Ляшенка): Науковий вісник Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. – Київ : НМАУ імені П. І. Чайковського, 2002. – Вип. 16. – С. 91–99.
15. Шубенко Н. Формування медіа-культури майбутнього вчителя музики / Наталія Шубенко // Мистецтво та освіта. – 2011. – № 2 (60). – С. 2–6.

Стаття надійшла до редакції 15.01.2015.

Кикинева Л. М., Полищук О. В., Тузова И. В. Влияние медиакультуры на повышение результативности будущего учителя музыки

С целью определения роли влияния медиакультуры на повышение результативности будущего учителя музыки в статье определяется первоначальная база с проблемати медиакультуры в социологическом, музыковедческом и педагогическом аспектах, акцентируются достижения Л. Кияновской, Н. Череповской и др., выделяются основные понятия, связанные с феноменом медиакультуры, и подается их дифференциация; осуществляется социокультурный анализ уровня медиакультуры будущего учителя музыки (на примере студентов Луцкого педагогического колледжа); выделяются особенности влияния медиакультуры на повышение результативности будущего учителя музыки. В результате утверждается, что студенты с более высоким уровнем медиакультуры имеют более широкие возможности для самоусовершенствования и повышения уровня профессионализма.

Ключевые слова: медиакультура, медиаобразование, информационное пространство, будущий учитель музыки.

Kykiniova L., Polischciuk O., Tuzova I. The Role of the Impact of Media Culture on Increasing the Effectiveness of Future Music Teacher

The concept of “media culture” as one of the leading implementations of media education in Ukraine is revealed in the article. It is defined as a set of information-communication means that operates in the community, sign systems, elements of cultural communication, search, collection, production and transfer of information and the culture of its perception by social groups and society as a whole.

The general concept of media education determines the part of the cultural educational process aimed at the formation and training of the individual to the safe and effective interaction with modern media.

In order to determine the role of the media culture impact on increasing the effectiveness of future music teachers the article defines the basis of the problem of media culture in sociological, musicological and pedagogical aspects; emphasizes the achievements of the works of M. Kyvanovskoyi, N. Cherepovskoyi and others; includes the basic concepts related to the phenomenon of media culture, and submits their definitions; carries out a socio-cultural analysis of the media culture of the future teacher of music; reveals the peculiarities of media culture impact on increasing the effectiveness of future music teachers. The article states that students with higher levels of media culture have more opportunities for self-improvement and the improvement of their professional skills.

Key words: media culture, media education, information space, future music teacher.