

рья, материалов и химических веществ, химических реакции и технологических процессов, оборудования и его эксплуатации, структуры химико-технологических систем. Проведен анализ методических систем и выявлены недостатки в формировании целей обучения студентов высших учебных заведений основам химических технологий. Установлено, что при разработке целей обучения следует учитывать компетентностный подход, результатом внедрения которого является формирование у студентов соответствующих знаний, умений, навыков, деятельностно важных качеств.

Обоснована и разработана система целей обучения студентов высших учебных заведений по изучению сырья химических технологий на основе формирования концептуальной структуры понятия, в которой учтены уровни запоминания, понимания, применения, анализа, синтеза и оценивания учебной информации, а также профессионально важные качества, которые должны быть сформированы у будущих специалистов.

**Ключевые слова:** развитие химической отрасли, подготовка специалистов, методика обучения, цели обучения, компетентностный подход, уровни усвоения знаний, профессионально важные качества.

**Shaposhnyk A. M., Lazariyeva T. A. Learning objectives raw materials chemical technologies based on the formation of the conceptual structure of the concept**

The actual problem of training specialists in the chemical industry is considered in the article. Specialists in the chemical industry must have knowledge and have a well-established conceptual framework for the concepts of raw materials, materials and chemicals, chemical reactions and technological processes, equipment and its operation, and the structure of chemical and technological systems. Analyses of methodological systems is conducted. Disadvantages in the formation of the goals of training students of higher education institutions to the foundations of chemical technology are revealed. In designing the learning objectives, a competent approach should be taken into account, the result of which is the formation of students with the relevant knowledge, skills, skills and qualities of activity. The system of goals of training students of higher educational institutions on the study of raw materials of chemical technologies on the basis of the conceptual structure of the concept is substantiated and developed. This system takes into account the levels of memorization, understanding, application, analysis, synthesis and evaluation of learning information, as well as professionally important qualities that should be shaped by future professionals.

**Key words:** development of the chemical industry, training of specialists, teaching methods, training goals, competence approach, levels of knowledge acquisition, professionally important qualities.

УДК 378.011.3-051:[373.3:001.895]

Шевирьова І. Г.

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

У статті розглянуто поняття «медіа-продукт», визначено його науковий контекст; висвітлені погляди науковців стосовно окресленого поняття. Зазначено, що активний розвиток інформаційних технологій змушує майбутніх фахівців інноваційно підходити до розв'язання завдань освіти засобами медіа. Оскільки сучасна молодь активно застосовує медіа лише в якості розважальних засобів, то сьогоднішня задача вчителів – навчити учнів із початкової ланки грамотно користуватися тією інформацією, яка надходить із медіа. Отже, сучасний вчитель початкових класів має бути медіа-компетентним фахівцем своєї справи. Тому професійна підготовка у вишах має надати ґрунтовну базу як теоретичних знань із питань медіа, так і практичних умінь і навичок з метою створення змістовних медіа-продуктів. Медіа-продукт – це засіб, який уможливує ефективну та результативну діяльність людини; завдяки медіа-продукту можливо встановлювати зв'язки між віртуальним і сучасним простором. Створення медіа-продукту неможливе без творчої медійної діяльності, спрямованої 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.

**Ключові слова:** випускник школи, учні початкової ланки, інформаційно-цифрова компетентність, медіа-компетентність майбутніх учителів, професійна підготовка, медіа-засоби, творча діяльність, медіа-продукт.

Сучасний світ характеризується активним розвитком медіа-засобів, які зачіпають усі сфери життя людини: дозвілля, робота в різних галузях, професійна підготовка майбутніх фахівців. У ХХІ ст. медіа активно впливає на реформування освіти, що призводить до зміни пріоритетів у навчанні та вихованні молодого покоління. Як зазначено в Концепції Нової української школи, випускник має володіти десятьма головними компетентностями, серед яких, на нашу думку, ключову роль відіграє інформаційно-цифрова компетентність як запорука успішного становлення сучасної особистості, патріота й інноватора [1, с. 11]. З огляду на те, що випускник школи має бути обізнаним у галузі медіа, долучатися до активного розв'язання професійних, освітніх задач засобами інформаційних технологій, варто говорити про вчителів як провідних спеціалістів у зазначеній галузі. Адже, перебуваючи в закладах середньої освіти, активно й систематично співпрацюючи з учителями, випускник школи зможе отримати необхідні знання, уміння та навички в галузі медіа. Тому від вчителів залежить вмотивований, компетентний підхід учнів до використання медіа-засобів.

Оскільки інформаційні ресурси вже активно застосовуються з першого року навчання в школі, варто говорити про ґрунтовну підготовку майбутніх учителів початкових класів, адже вчитель має навчити учнів грамотно застосовувати медіа-засоби, зокрема аналізувати медіа-тексти, протистояти маніпулюванню медіа-інформації, яка не вміщує у власному контексті наукового, інформаційного підходу. Починаючи з шестирічного віку, учні без обмежень і перешкод застосовують медіа як засіб розваги, не знаючи про те, що медіа-засоби можуть стати у нагоді під час освітнього процесу (цікаві факти про будь-який об'єкт дослідження; читання електронних книжок, енциклопедій, поповнення освітньої та наукової бази знань; можливість швидко знайти відповідь на питання, що цікавить). У сучасному світі все частіше говорять про те, що вчителі початкових класів мають змогу працювати з поколінням альфа – дітьми, які перебувають у безперервному контакті з медіа-засобами, цікавляться нововведеннями в галузі медіа, під час спілкування керуються лише сучасними девайсами: телефони, планшети, ноутбуки, нетбуки. Важливим залишається питання освітнього характеру, адже молоде покоління альфа не може повною мірою застосувати сучасні медіа-засоби за їх безпосереднім дидактичним і виховним призначенням. Вчителі початкової ланки мають розкрити освітні, виховні особливості медіа перед сучасним поколінням. Але вчитель особисто повинен на високому рівні володіти медіа-засобами, тобто бути медіа-компетентним фахівцем своєї справи. Тому вже сьогодні варто підкреслити, що професійна підготовка відіграє головну роль у тому, аби сформувати медіа-компетентність майбутніх учителів, які зможуть навчити учнів конструктивно керуватися сучасними медіа-засобами. Важливим у формуванні медіа-компетентності майбутніх фахівців початкової школи виступають знання, уміння, навички в галузі медіа, вмиле застосування їх у професійній діяльності; накопичення досвіду та налагодження прогресивного діалогу з інформаційними технологіями. Такий комплекс дій надалі 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.

Безсумнівно, кожен сучасний пристрій передбачає наявність програмного забезпечення, яке дозволяє вчителю створювати власні медіа-продукти, за допомогою яких можливо наочно продемонструвати будь-який предмет дослідження або процес навколишньої дійсності; за допомогою віртуальних екскурсій зануритися в куточки різних країн світу; переглянути відеоматеріали, прослухати аудіозапис; перевірити наявність знань із певної теми за допомогою контролюючих програм, тестових запитань. На нашу думку, створення та застосування медіа-продуктів у педагогічній діяльності позитивно вплине на те, щоб сформувати інформаційно-цифрову компетентність молодших школярів; навчити їх грамотно обирати потрібну наукову інформацію з будь-яких інформаційних ресурсів; критично аналізувати відомості з погляду науковості, доступності, актуальності, інформаційності; контролювати власний рівень знань із певної теми. На основі запропонованого медіа-продукту з боку вчителя учні зможуть удосконалювати теоретичні знання з предметів і одночасно оволодівати практичними вміннями й навичками в галузі медіа. Тільки маючи теоретичний і практичний підходи в навчанні учнів початкової ланки, можна говорити про сформовану інформаційно-цифрову компетентність випускника школи. Таким чином, ми вважаємо, що кінцевою ланкою формування медіа-компетентності в ході професійної підготовки є здатність майбутніх учителів створювати власні медіа-продукти з подальшим їх застосуванням у професійній діяльності. Отже, метою нашої статті є характеристика медіа-продукту як результату творчої діяльності майбутніх учителів початкових класів.

Поняття «медіа-продукт» почало застосовуватися нещодавно. Це пов'язано з тим, що лише наприкінці ХХ ст. медіа активно стало впроваджуватися в різні сфери життя людини, зокрема в освітню сферу. Та тільки сьогодні цей термін набирає обертів, привертає увагу багатьох дослідників. Активна й систематична робота з медіа-засобами є запорукою створення певного медіа-продукту, що є результатом медіа-діяльності. Вважаємо, що медіа-продукт є показником високого, середнього або низького рівня сформованості медіа-компетентності майбутніх учителів початкових класів. Означене поняття стало об'єктом дослідження для науковців, зокрема Л. Лободенко, О. Моїсєвої, А. Новікової, Л. Шестьоркіної та ін., тому вже є певна база напрацювань із цього питання.

З'ясування терміна «медіа-продукт» передбачає аналіз понять «медіа» та «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 внаслідок наполегливої праці особистості [3, с. 568] (зазначимо, що результатом праці з медіа виступає матеріальний продукт: мультимедійна презентація, відеоматеріал, аудіозапис, фотоколаж, 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 об'єктом, у т. ч. професійною діяльністю взагалі. Звичайно, кожен медіа-засіб передбачає використання програмного забезпечення. Таким чином, працюючи з медіа, майбутні вчителі мають опанувати мову, символи медіа, за допомогою яких можливе оперування ключовими знаннями, прийомами та навичками в роботі з програмним 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 та науково-оснащеного медіа-продукту, який у 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 із 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 та 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 зі створенням медіа-продукту, в більшості випадків результатом виявляються медіа-тексти [7].

Таким чином, ми вважаємо, що медіа-продукт – це засіб, який уможливує ефективну й результативну діяльність людини; завдяки медіа-продукту можливо встановлювати зв'язки між віртуальною та сучасною реальністю; інструмент, який задовольняє інформаційні потреби особистості.

Різні медіа-засоби (комп'ютер, ноутбук, нетбук, планшети, Smart-дошки) мають активно застосовуватися майбутніми фахівцями у професійній підготовці. Адже лише практично застосовуючи медіа, можна визначити дидактичні, освітні, виховні цілі сучасних пристроїв. Маючи теоретичні знання, практичний досвід, майбутні вчителі вже з перших років педагогічної діяльності зможуть ефективно реалізувати освітні задачі початкової ланки. На нашу думку, володіючи практичними навичками, майбутні фахівці за допомогою програмного забезпечення матимуть змогу створювати цікаві, змістовні, брендові медіа-продукти.

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 програмного забезпечення [8].

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

Науковці Л. Шестеркіна, Л. Лободенко вказують, 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 вищій, майбутні фахівці оволодівають теоретичними знаннями, набувають практичний досвід у 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 відповідно до вимог сучасної освіти. Таким чином, створення медіа-продукту унеможлиблюється без практичної діяльності. Варто підкреслити, що будь-які знання у 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, спрямованого 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 у сфері медіа-технологій. Медіа-діяльність спрямована на 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 стимулює їхню активність до оволодіння структурними компонентами педагогічної діяльності. Активна діяльність майбутніх учителів початкової школи стосовно грамотного застосування медіа заснована 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 побудувати перспективний план для досконалого вивчення всіх видів медіа та застосування медіа-продуктів у педагогічній діяльності.

#### *Використана література:*

1. «Нова українська школа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainkashkolacompressed.pdf>.
2. Великий тлумачний словник української мови / упоряд. Т. В. Ковальова. – Харків : Фоліо, 2005. – 767 с.
3. Тлумачний словник сучасної української мови. / уклад. Л. П. Коврига, Т. В. Ковальова, В. Д. Пономаренко / за ред. В. С. Калашника. – Харків : Белкар-книга, 2005. – 800 с.
4. Шестеркіна Л. П. От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ / Л. П. Шестеркіна, 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. Москва : МОО «Информация для всех», 2014. – 64 с.
6. Моисеева Е. В. Проблемы эффективности продвижения медиапродукта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://old.kpfu.ru/conf/mmeea2011/bin\\_files/13.pdf](http://old.kpfu.ru/conf/mmeea2011/bin_files/13.pdf).
7. Dorr A. Media Literacy // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. – Oxford, 2001. – Vol. 14.
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.

#### References:

1. “Nova ukrayinska shkola” [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrayinskashkolacompressed.pdf>.
2. Velykyu tlumachnyy slovnyk ukrayinskoyi movy / uporyad. T. V. Kovalova. – Kharkiv : Folio, 2005. – 767 s.
3. Tlumachnyy slovnyk suchasnoyi ukrayinskoyi movy. / uklad. L. P. Kovryha, T. V. Kovalova, V. D. Ponomarenko / za red. V. S. Kalashnyka. – Kharkiv : Belkar-knyha, 2005. – 800 s.
4. Shesterkyina L. P. Ot medyateksta k medyabrendu: k voprosu o vzaymodeystvyi zhurnalystyky, reklamy y PR v konverhennykh SMY / L. P. Shesterkyina, L. K. Lobodenko // Vestnyk Yuzhno-Uralskoho hosudarstvennoho unyversyteta. – 2014. – T. 11. – № 3. – S. 50–55.
5. Fedorov A. V. Slovar termynov po medyaobrazovanyu, medyapedahohyke, medyahramotnosti, medyakompetentnosti. Moscow : MOO «Ynformatsyya dlya vsekh», 2014. – 64 c.
6. Moysheeva E. V. Problemy éffektyvnosti prodvyzhenyya medyaprodukta [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : [http://old.kpfu.ru/conf/mmeea2011/bin\\_files/13.pdf](http://old.kpfu.ru/conf/mmeea2011/bin_files/13.pdf).
7. Dorr A. Media Literacy // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. – Oxford, 2001. – Vol. 14.
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. Novykova A. A. Medyaobrazovanye v anghloyazychnykh stranakh / A. A. Novykova // Pedahohyka. – 2001. – № 5. – S. 87–91.

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

В статье рассмотрено понятие «медиа-продукт», определен его научный контекст; освещены взгляды ученых относительно исследуемого понятия. Отмечено, что активное развитие информационных технологий мотивирует будущих специалистов инновационно подходить к решению задач образования средствами медиа. Поскольку современная молодежь активно применяет медиа только в качестве развлекательных средств, сегодняшняя задача учителей – научить учащихся начальной школы грамотно пользоваться той информацией, которая поступает из медиа. Итак, современный учитель начальных классов должен быть медиа-компетентным специалистом своего дела. Поэтому 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. Выяснено, что медиа-продукт – это средство, которое нацелено на эффективную и результативную деятельность человека. Благодаря медиа-продуктам возможно устанавливать связи между виртуальным и современным медиа-пространством. Создание медиа-продукта невозможно без творческой медиа-деятельности, направленной на формирование практических навыков самостоятельной деятельности 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 специальности.

**Ключевые слова:** выпускник школы, ученики начального звена, информационно-цифровая компетентность, медиа-компетентность будущих учителей, профессиональная подготовка, медиа-средства, творческая деятельность, медиа-продукт.

#### **Shevyreva I. G. Media-product as results of practical activity of future teachers of initial classes**

The article discusses the concept of “media product”, defines its scientific context; the views of scientists concerning the outlined concept are highlighted. It is noted that the active development of information technologies leads future specialists to innovate approach to solving the problems of education by means of media. Since modern youth actively uses the media as entertainment only, today's challenge for teachers to teach students from the start-up is to properly use the information coming from the media. Consequently, a modern elementary teacher should be a media-competent specialist in his business. Hence, vocational training at universities should provide a solid basis for both theoretical knowledge of media issues and practical skills and competences to create 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. Creation of a media product is impossible without creative media activity, which is aimed at forming practical skills of independent activity 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.

**Key words:** school graduate, elementary students, information and digital competence, media competence of future teachers, professional training, media, creative activity, media product.