

МЕДІАТЕКСТ У КОНТЕКСТІ НАУКОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Ірина Лобачова

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії і практики початкової освіти
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»
м. Слов'янськ, Україна

Анотація. У дослідженні увагу зосереджено на особливостях роботи з медіатекстом для реалізації наукової комунікації. Уточнено зміст поняття «медіатекст», яке перебуває під впливом швидкого розвитку інформаційних технологій, які безпосередньо впливають на зміни у сфері науки та освіти і в такий спосіб щоразу модернізують його. Охарактеризовано поняття «медіаконвергенція» у межах розвитку диджиталізації. У фахівців у науково-освітній сфері з'являється набагато більше можливостей виявляти свій творчий потенціал та вирішувати багато завдань ефективніше та оперативніше, використовуючи медіапростір та конвергентні джерела. Окреслено технологічні прийоми та завдання з використанням медіатексту, які допомагають удосконалювати практичні вміння роботи з медіапродуктами. Запропоновано структуру занять із використанням медіатехнологічних прийомів. Визначено методи вивчення медіатекстів (метод контент-аналізу, метод дискурсивного аналізу, метод критичної лінгвістики, метод когнітивного аналізу, метод лінгвокультурологічного аналізу, метод медіалінгвістичного аналізу), опанування якими дозволяє фахівцю досягти надмети в роботі з ними та ефективно використовувати їх у своїй професійній діяльності для досягнення високих результатів у комунікації. З'ясовано, що теоретичні знання, уміння правильно читати медіатексти із застосуванням усіх можливих медіатехнологічних прийомів та створювати власні допомагають сучасному фахівцю в певній галузі знань швидко орієнтуватися в інформаційному просторі, а також конструктивно вести наукову комунікацію будь-якою мовою, якою володіє фахівець, що сприяє досягненню позитивних результатів і розвитку науково-освітньої сфери.

Ключові слова: диджиталізація; медіатекст; медіаконвергенція; медіакомпетентність; наукова комунікація; науково-освітня сфера.

MEDIA TEXT IN THE CONTEXT OF SCIENTIFIC COMMUNICATION

Iryna Lobachova

PhD in Philological Sciences, Associate Professor of the
Primary Education Theory and Practice Department
SHEI “Donbas State Pedagogical University”
Sloviansk, Ukraine

Abstract. Much attention is focused on the peculiarities of working with media text for the implementation of scientific communication in the study. The content of the concept of “media text”, which is under the influence of the rapid development of information technologies, which directly affect the development of the field of science and education and thus modernize it every time, has been clarified. The concept of “media convergence” within the development of digitalization is characterized. Specialists in the scientific and educational sphere have much more opportunities to reveal their creative potential and solve many tasks more effectively and efficiently, using media space and convergent sources. The teacher using electronic educational resources of the new generation, technological methods of media education will be able to create classes in an active and interactive mode.

Technological techniques and tasks using media text are outlined, which help to improve practical skills in working with media products. The structure of classes with the use of media technology techniques is proposed. The methods of studying media texts (the method of content analysis, the method of discursive analysis, the method of critical linguistics, the method of cognitive analysis, the method of linguistic and cultural analysis, the method of media-linguistic analysis) have been determined, which allow a specialist to achieve the goal of working with media texts and to use them effectively in his/her professional activities to achieve high results in communication. It is found out that theoretical knowledge, the ability to read media texts correctly using all possible media technology techniques and create their own ones help a modern specialist in a certain field of knowledge to navigate the information space quickly, as well as conduct scientific communication in any language constructively that the specialist masters, which contributes to the achievement of positive results and the development of the scientific and educational sphere.

Keywords: digitization; media text; media convergence; media competence; scientific communication; scientific and educational sphere.

З розвитком інформаційних технологій відбуваються зміни в усіх галузях сучасного суспільства, зокрема у сфері науки та освіти. Сьогодні ми не лише говоримо про онлайн-освіту та онлайн-науку, а й про різні процеси, що здійснюються в просторі інтернет-середовища. Так, перманентний розвиток сучасного освітнього простору неможливий без використання інноваційних інтернет-технологій, електронних освітніх ресурсів, опанування якими сприяє формуванню компетентностей, необхідних суб'єкту в інформаційно-освітньому середовищі для реалізації навчання впродовж життя [10; 11]. У навчанні на будь-яких його освітніх рівнях під час роботи в інформаційному середовищі значний вплив на студента мають медіаресурси, що є підґрунтям для активної комунікації як під час здобуття професії, так і в подальшій науковій діяльності. Медіаконтент дедалі частіше набуває навчально-просвітницьких функцій: він є своєрідною «паралельною школою» для студентів, впливаючи як позитивно, так і негативно.

Так, медіаосвіта сьогодні затребувана як ніколи в освітній діяльності ЗВО. Це передбачає зовсім інший підхід педагога до передачі знань. Педагог, використовуючи електронні освітні ресурси нового покоління, технологічні прийоми медіаосвіти, зможе вибудувати заняття в активному та інтерактивному режимі. У такий спосіб форма навчального заняття істотно змінюється [9]. Медіаосвітня технологія, що використовує весь можливий медіаконтент, є основою такого заняття та базою для критичного сприйняття інформації, сприяє розвитку медіакомпетентності особистості в інформаційному середовищі [8]. Наразі перед педагогом постає завдання: як організувати заняття з використанням технології медіаосвіти, щоб зацікавити студента на занятті, навчити самому знаходити в медіатексті необхідну інформацію, розмірковувати, критично мислити, робити висновки, ставити питання і продовжувати працювати з медіапродуктами для подальшого саморозвитку і

самовдосконалення, отримуючи для цього корисну інформацію з будь-яких медіатекстів? Така постановка проблеми й **актуалізує** дослідження функціонування медіатексту в науковій комунікації.

Мета дослідження – розглянути особливості роботи з медіатекстом для реалізації наукової комунікації. Окреслена мета передбачає розв'язання таких завдань: 1) уточнити зміст поняття «медіатекст»; 2) охарактеризувати поняття «медіаконвергенція» у межах розвитку диджиталізації; 3) окреслити технологічні прийоми та завдання з використанням медіатексту; 4) запропонувати структуру занять із використанням медіатехнологічних прийомів; 5) визначити методи вивчення медіатекстів.

У фахівців у науково-освітній сфері з'являється набагато більше можливостей виявляти свій творчий потенціал та вирішувати багато завдань ефективніше та оперативніше, використовуючи простір інтернету та конвергентні джерела. Інтернет, будучи новим засобом медіакомунікації, має інтерактивність, відкритість, відсутність просторово-часових обмежень, а також віртуальність і є комунікаційним середовищем, відкритим для всіх. Зазначимо, що, із технологічного погляду, інтерактивність є двосторонньою, діалоговою взаємодією в режимі реального часу. Із позицій теорії комунікації, інтерактивність виділяється як один із трьох (комунікація, інтеракція, перцепція) взаємопов'язаних аспектів спілкування [28, с. 23]. Відповідно до наявних переваг інтернет-контенту/відкритого доступу в кожного користувача з'являються нові можливості у швидкості та оперативності оновлення інформації; у поширенні різної інформації з нових інформаційно-комунікаційних каналів. Крім того, зони інформаційної уваги наукового контенту відрізняються універсалізмом і граничною спеціалізацією, що обслуговує інтереси цільової аудиторії; для реалізації інформаційної, науково-освітньої та дослідницької функцій в інтернет-середовищі в медіапродуктів розширюються змістовні можливості [15, с. 12]. З огляду на вищесказане зазначимо, що на сьогодні змінюється і сама наукова діяльність, яка розширює свої межі, відкриваючи доступ до своїх досягнень, чітко визначається роль науковців у цій сфері, їхні підходи до досліджень та організація власної діяльності відповідно. Конвергентні засоби комунікації дозволяють використовувати широкі можливості для подання інформації, поєднуючи в медіатексті різні канали її передачі. Наразі релевантним є уточнення поняття «медіатекст».

1. Медіатекст як продукт мовно-мовленнєвої діяльності та результат взаємодії плану вираження і плану змісту

Звернімо увагу на те, що одним із ключових понять медійного дискурсу є медіатекст. Більшість дослідників вважає, що в умовах сучасної диджиталізації

та постійного розвитку медійної комунікації поняттю «текст» надано нові смислові відтінки, зумовлені функційним навантаженням медіаконтенту [1; 5; 12; 14; 16; 19; 24]. Як зазначає Л. Кардаш, смислове наповнення терміна «медіа» дозволяє називати медіатекстом будь-який носій інформації, починаючи від наскельних малюнків, традиційних книг, творів мистецтва та закінчуючи надсучасними феноменами технічного прогресу. Проте як узагальнюючий термін «медіатекст» закріпився за текстами масової комунікації [3, с. 148]. Медіатекст можна розглядати, по-перше, як текст в універсальному, класичному значенні цього поняття; по-друге, як унікальний чи особливий тип тексту – на відміну текстів інших сфер комунікації (наукових, художніх, публіцистичних тощо); по-третє, як сукупний продукт масової комунікації [6, с. 327]. На відміну від лінійного тлумачення тексту як об'єднаної загальним змістом послідовності вербальних знаків, текст у медіакомунікації набуває рис об'ємності та багатосаровості. Це відбувається завдяки поєднанню вербальної частини тексту з медійними властивостями того чи того невербального засобу [26]. Загалом текст – це повідомлення, а саме: фотографічне відображення дійсності, тоді як медіатекст – це вже мультимедійне повідомлення завдяки невербальним засобам передачі інформації або відеозображення, а медіадискурс постає як повідомлення в сукупності з усіма іншими компонентами процесу комунікації, до яких належать екстралінгвістичні фактори, що пов'язані зі створенням медіатекстів, з аудиторіями, зворотним зв'язком, кодуванням та декодуванням інформації з урахуванням культурологічного фактора, а також історичного, політичного, ідеологічного та інших контекстів [35].

Зазначимо, що специфіка медіатексту як медіапродукту визначається зовнішніми умовами його існування:

- особливий тип і характер інформації;
- вторинність тексту (у медіатекстах присутні всі інші види текстів, які вважаються первинними);
- одноразовість, невідтворюваність або стандартизованість, миттєвість, швидкоплинність інформації;
- смислова незавершеність, відкритість для численних інтерпретацій;
- специфічний характер медійної інтертекстуальності (взаємопосилання в текстах, взаємоциткування);
- полікодовість тексту (змішання з різними невербальними знаковими системами);
- медійність (опосередкованість тексту технічними можливостями передавального каналу, залежність семіотичної організації тексту від форматних властивостей каналу);

- багатофункціональність медійних комунікацій, що здійснюють вплив на аудиторію через інформування, переконання та вплив;
- колективне виробництво текстів (збірний, колективно-індивідуальний автор);
- спрямованість на цільову аудиторію тощо [34].

Так, усе це дозволяє стверджувати, що медіатексти мають принципово міждисциплінарний характер і є об'єктом вивчення різних наук: лінгвістики, соціології, психології, стилістики, культурології, політології, міжкультурної комунікації. На основі цього узагальнюємо, що медіатекст – це інтегративний багаторівневий знак, який поєднує в єдине комунікативне ціле різні семіотичні коди (вербальні, невербальні, медійні) та демонструє прозорість тексту на змістовному, структурному та знаковому рівнях. Серед провідних ознак медіатекстів виділяють такі: медійність як втілення тексту завдяки різним медіазасобам, його зумовленість форматними та технічними можливостями каналу; масовість і у сфері створення, і у сфері споживання медіапродуктів; інтегративність (полікодовість) тексту, що передбачає об'єднання в єдине комунікативне ціле різних семіотичних кодів, а також відкритість тексту [5, с. 194]. Найбільш розповсюдженим типом медіатексту є креолізований текст, що складається з вербальної (мовної) та невербальної (немовні: символи, цифри, малюнки, шрифтові та кольорові виділення тексту тощо) частин. Такий медіатекст допомагає автору максимізувати свій перлокутивний ефект, досягти самовираження через індивідуально-авторську побудову медіаповідомлення та візуалізацію змісту, передати авторський креативний потенціал, що сприяє активному розповсюдженню креолізованих текстів у різних дискурсах.

Для правильного розуміння та сприйняття медіатекстів важливим є не лише знання мовної системи, а й володіння комунікативною базою, під якою розуміємо сукупність умов та особливостей створення, поширення та сприйняття медіатексту, тобто того, що стоїть за його словесною частиною. Концепція комунікативного фону охоплює досить широке коло явищ: від особливостей соціокультурної реконструкції подій та діапазону інтерпретації до категорії ідеологічної модальності та поняття «мета повідомлення» у сукупності з факторами, що зумовлюють його сприйняття [22].

В основі концепції медіатексту лежить органічне поєднання одиниць вербального та медійного ряду. Медіатекст характеризується стійкою системою параметрів, що включає: а) спосіб створення тексту (авторський або колегіальний); б) форму створення та відтворення (усну або письмову); в) канал розповсюдження; г) функціонально-жанровий тип тексту (стаття, огляд, повідомлення тощо); д) тематичну домінанту або належність до певного сталого

медіаконтенту (наука, освіта, культура тощо). Так, медіатекст – це модель організації е-тексту, що характеризується специфічною структурованістю та розгалуженою системою програмно підтримуваних внутрішньотекстових та міжтекстових переходів, що передбачає можливість читацького інтерактивного впливу на послідовність відтворення композиційних одиниць [34].

2. «Медіаконвергенція» у межах розвитку диджиталізації

Дослідження медіатекстів пов'язане і з їхньою типологією, а для цього важливо враховувати спосіб творення та відтворення, наприклад, діалог належить до усного тексту за способом його складання, однак є письмовим за способом його відтворення. Важливе значення в типологічному описі медіатекстів має спосіб поширення – канал, яким передається інформація, бо він визначає форматні властивості і мовні ознаки тексту [33]. Наразі з урахуванням швидкого розвитку інформаційних технологій, які безпосередньо впливають на розвиток сфери науки та освіти, змінюються і медіатексти. Вони набувають нових рис і характеристик, постають у нових чи видозмінених жанрах і форматах. Усе це відбувається завдяки конвергенції, яка використовується для позначення взаємодії та об'єднання різних каналів і засобів зв'язку в умовах розвитку мультимедійних процесів інформаційних напрямів, що здійснюються завдяки широкому впровадженню нових технологій, які забезпечують застосування цифрової передачі інформації в медіапросторі [16]. Як бачимо, семіологічне ядро поняття «конвергентність» полягає саме в злитті, об'єднанні, зближенні, виникненні чогось спільного тощо. Специфічні особливості виявляються в кожному конкретному випадку, вивчаються, виявляються та описуються дослідниками. Щодо засобів медіакомунікації конвергенція є процесом зближення різномірних електронних технологій унаслідок їхнього швидкого розвитку та взаємодії, створення об'єднаних каналів передачі інформації в межах загальної інфраструктури, тобто це кросмедійна технологія взаємопроникнення між різними засобами передачі інформації [18]. Це зближення, злиття на цифровій основі різних медійних засобів у єдине ціле відбувається на базі організації їхньої структури та технології передачі взаємопов'язаної інформації. Так, конвергенція сприяє зміні традиційного номедійного формату на мультимедійний, завдяки чому сучасний науковий простір набуває багатоформатного змісту [19]. У процесі конвергенції відбувається зближення різних медійних технологій для об'єднання онлайн-інструментів (анімація, аудіо, фото, відео, гіперпосилання тощо) у спільний медіапродукт. Зазначимо, що з терміном «конвергенція» пов'язане і поняття «диджиталізація», що означає переклад різного роду інформації (текстової, графічної, звукової тощо) у цифровий формат. Як зазначають дослідники,

медіаконвергенція – це консолідація в традиційному тексті цифрових технологій в інтерактивному режимі, що призводить до появи мультимедійних продуктів і сприяє розширенню поданої інформації в такому форматі в мережі інтернет [25; 26].

На основі досліджень онтологічних характеристик конвергенції в різних галузях науки, можна назвати такі її різновиди, як:

- технологічна (переведення інформації на цифрову форму);
- економічна (пов'язана із процесами інтеграції);
- соціальна (передбачає багатофункціональний, багатопрофільний режим роботи користувача з інформацією);
- культурна (паралельний розвиток подібних двох чи більше культур);
- глобальна (світова доступність інформації).

У контексті цього дослідження виділення конвергенції форм, засобів та онлайн-інструментів, що позначає злиття різних медіаресурсів, унаслідок чого відбувається їх асиміляція, представляється важливою інтерпретацією аналізованого явища і заслуговує на пильну увагу. Так, послідовно розглядаємо конвергенцію як взаємопроникнення технологій, у результаті якого на базі інтернету виникла можливість одночасно використовувати текстову, графічну форми подачі інформації, а також аудіо- та відеоінформацію [32].

Зазначимо, що конвергентність у науковій диджиталізованій сфері – це вид науково-освітньої діяльності зі збирання, обробки та поширення актуальних результатів досліджень, ургентної наукової інформації, створення відкритого доступу до них, де відбувається злиття та інтеграція різних технологій в єдиний медіапродукт, а професійні завдання науковця стають універсальними. Наголосимо, що це не просто злиття різних технологій у межах одного медіапродукту, а насамперед вид діяльності, спрямований на створення якісних наукових текстів, які акумулюють у собі різні інформаційні технології. Вплив медіатехнологій особливо позначився на науково-освітній сфері. Спочатку стали з'являтися електронні версії наукових видань, які дублювали текстову інформацію, далі з'являються інтернет-видання та електронні журнали, онлайн-курси, освітні програми, тренінги тощо. Так, інтенсивний розвиток електронних та аудіовізуальних засобів медіакommunікації, глобалізація в галузі інформаційного простору, безсумнівно, мають величезний вплив на формування нових способів мовного спілкування, на розвиток мови, мовлення, на умови створення та сприйняття вербальних текстів. Інноваційні технології не лише дозволяють ефективно вирішувати питання щодо подолання меж поширення повідомлень, а й сприяють збереженню часу, необхідного для публікації матеріалу, його розповсюдженню та оплаті [29]. Диджиталізація в науково-

освітній сфері завдяки інтерактивності та гіпертекстовості має значний вплив на систему наукової методології загалом, і на її складову частину зокрема. Крім того, зростає і швидкість передачі наукової інформації потенційно консолідованій аудиторії. Зазначимо, що в онлайн-науці значно підвищується роль аудиторії, її вплив на політику наукового видання, а також позицію автора, що знаходить вираження в таких способах встановлення контакту, як особистий кабінет, форум, чат, підписка, тест, питання-відповідь тощо. Мультимедійність у науково-освітній сфері представляє іншу форму подачі інформації та іншу форму нарративної структури матеріалу. Подана інформація також доступна для багаторазового прочитання і розповсюдження, тому що збережена в архіві та знаходиться в онлайн-просторі. Оскільки для мультимедійної наукової сфери характерне нелінійне подання інформації, вона використовує інтерактивність і двосторонню комунікацію [18]. Цільовий користувач може осмислювати інформацію не один раз і здійснити зворотний зв'язок, додаючи свої коментарі, погляди, перспективні шляхи вирішення проблеми. У такий спосіб можна зробити висновок, що медіаконвергенція в науково-освітній сфері є інтеграцією, злиттям різних медіа в інтерактивному форматі в одному комунікативному продукті, завдяки якому можна отримати і надалі зберігати різноаспектну інформацію про певне наукове явище, дослідження тощо [23].

Так, процес конвергенції перетворює науковий (науково-популярний) текст на інший продукт електронної наукової комунікації, який у межах електронного використання набуває рис гіпертексту: має гіперпосилання (внутрішні та зовнішні), що виводять користувача в найбільший інформаційний простір, що значно полегшує процес обміну інформацією: текст стає зручним для сприйняття та миттєвого отримання інформації та найголовніше – забезпечує швидкий зворотний зв'язок науковця з цільовою аудиторією. У зв'язку з цим медіатекст стає вже гіпертекстом, якому властиві такі провідні ознаки: нелінійність, мультимедійність (що виявляється в полікодовості повідомлення, поєднанні різних способів представлення інформації вербального тексту, аудіо, відео, графіки, анімації тощо) та інтерактивність, яка реалізується через активний науковий вплив на структуру тексту і лежить в основі навігації, а також проявляється в можливості донесення реакцій у відповідь як до автора, так і до інших користувачів. Зазначимо, що інтерактивність може трактуватися широко, і в цьому випадку ця властивість передбачає будь-яку можливість зовнішнього впливу на текст; у вузькому розумінні інтерактивність має на меті можливість співтворчості [6, с. 326].

Водночас під гіпертекстом розуміє цілісний текст, що містить сенси, що розкриваються під час прочитання через довільну актуалізацію зв'язків з іншими

текстами [13]. Також гіпертекст визначається як щось таке, що перевершує і за принципами своєї організації, і за своєю інформаційною сутністю текст, який розуміється як феномен, чия відокремленість від інших текстів тією чи тією мірою інтуїтивно усвідомлюється всіма. У результаті гіпертекст позначає певний інформаційний простір, що дозволяє зруйнувати формальну відокремленість конкретного тексту, у нього вміщеного, завдяки створенню зв'язків, що сприяє об'єднанню цих окремих текстів у надтекстові єдності [19]. Гіпертекстуальність є основною характеристикою інтернет-видань, позначає взаємозв'язок базового тексту з іншими текстами, відео-, аудіо- або фотоматеріалами та реалізується завдяки гіперпосиланням. Отже, медіатекст, з одного боку, залишається звичайним текстом, який має фіксований початок і кінець, а з іншого – розширюється, наприклад, за тематичними лініями, що сприяє руйнації його ієрархічності. Крім того, завдяки гіпертекстовому формату подання інформації науковець сам задає послідовність викладу інформації, передбачаючи дискусійні моменти, на які пропонує посилання для уточнення поданого та вирішення проблеми. Завдяки цій новій можливості користувач потоку інформації стає активним учасником комунікаційного процесу; вона також допомагає зорієнтуватися і в іншомовному просторі, що стає доступнішим і зрозумілішим [21].

У такий спосіб процес наукової взаємодії, що став визначальним у розвитку сучасної медіасфери останніх років, сприяв появі принципово нового типу наукової комунікації – мережевих електронних видань (е-журнали, портали, форуми тощо), які повною мірою реалізують принципи мультимедійності, інтеграції та взаємодії, наприклад е-портал «Початкова школа: навчання впродовж життя» (URL: <http://psll.paradox.dn.ua>), який виконує функцію консолідації науковців, фахівців у сфері початкової освіти для вирішення і обговорення нагальних питань у цій галузі. Основними характеристиками електронних продуктів є доступність, оперативність та швидкість оновлення інформації, відсутність обмеження обсягу, крім того, можливість відкладеного сприйняття, а також різні варіанти розповсюдження інформації та встановлення контакту з цільовим користувачем. Вони акцентуються як у медіаконтенті повідомлень, так і на сприйнятті інформації користувачем. Конвергентні медіапродукти поряд із традиційними функціями інформування виконують комунікативну та ціннісно-регульовальну функції, функцію форуму, а також соціально-організаційну та соціально-креативну функції. Характеристики мультимедійності, онлайнності та доступності дають можливість безперервно оновлювати інформацію, передавати її в синхронному

та асинхронному режимі, що дозволяє використовувати її відповідно до реалій часу з урахуванням усіх мовних змін [17].

Репрезентація різних характеристик або властивостей медіатексту в онлайн-виданнях веде до зміни авторської діяльності, у якій з'являються миттєві міжтекстові переходи, а також включення в текст високоякісних зображень, карт, відео, звуку тощо. До екстралінгвістичних факторів існування наукового тексту можна віднести: сферу комунікації, функційність тексту, його призначення, онтологічний, аксіологічний, методологічний аспекти знання тощо, які відрізняють його від інших текстів та умов організації та створення.

Сьогодні завдяки мережі інтернет і розвиненому медіапростору поширення наукової інформації в різних сферах суспільного життя відбувається дуже швидко та вчасно. Інформація може бути доставлена цільовій аудиторії ментально і в будь-якому вигляді (вербально і невербально), а з урахуванням процесів конвергенції представлена у вигляді будь-якого мультимедійного продукту. Відповідно сприйняття цієї інформації користувачем також здійснюється швидко. Конвергентний медіапродукт подає інформацію різноаспектно, фокусуючись на запитих цільової аудиторії, для кращого її сприйняття, засвоєння та розуміння, унаслідок чого створюються нові текстові форми, які можна ефективно використовувати в освітньому процесі [4]. Специфіка мультимедіа мови полягає в поєднанні різних форм – візуальних, текстових, графічних, аудіовізуальних, які доповнюють один одного і роблять інформацію найбільш ефективною та дієвою [5; 12].

3. Технологічні прийоми та завдання з використанням медіатексту

Для того щоб бути медіаграмотним і вміти вправно користуватися медіапродуктами, зокрема створювати медіатексти, знаходити, подавати, аналізувати інформацію, вести конструктивну наукову комунікацію для вирішення поставлених завдань, сучасний фахівець-користувач має знатися на медіатехнологіях і бути медіаграмотним. Звернімо увагу на те, що до сьогодні основним засобом навчання студентів були паперові носії інформації. Наразі кожен здобувач освіти має можливість користуватися мультимедійним простором і бути спроможним орієнтуватися в ньому, знаходити необхідну інформацію, повноцінно сприймати та оцінювати медіатексти [27].

Фахівці в галузі медіаосвіти вважають, що людина, не підготовлена до сприйняття інформації в різних її видах, не може повноцінно її розуміти та аналізувати, не в силах протистояти маніпулятивним впливам медіа (якщо така маніпуляція має місце), не здатна до самостійного вираження своїх думок і почуттів [3; 14; 16; 27; 30]. Зазначимо, що в наш час медіаосвіті надається величезне значення. Так, не лише за кордоном (Австралія, Великобританія,

Канада, Франція тощо), а й в Україні існує система медіаосвіти в середніх та вищих навчальних закладах освіти. В основі медіаосвіти лежать матеріали засобів медіакомунікації (медіатекст, мережа інтернет, відео, анімація, інтернет-сайти, канали, форуми, чати тощо). Безумовно, на сьогодні саме це стає новим засобом навчання, бо вивчення і дослідження сучасного медіатексту, що містить у собі текстову основу, гіперпосилання, зображення, відео, звук, анімацію тощо, допомагає користувачу опанувати необхідну інформацію і в подальшому використовувати її для ефективної комунікації.

Отже, для ефективної роботи з сучасним медіатекстом варто розробити методичні рекомендації, які вже на перших етапах озброять студентів необхідними знаннями і навичками щодо продуктивного використання медіатекстів у сфері наукової комунікації. Систематична робота з медіатекстом допоможе швидко сприймати інформацію й орієнтуватися в потоці її змін. Так, пропедевтична робота має бути спрямована на те, щоб:

- 1) змінити структуру, цілі та зміст традиційних текстових занять;
- 2) починати і закінчувати роботу ключовими поняттями медіаграмотності для кращого засвоєння інформації;
- 3) розробити освітню систему з використанням електронних засобів навчання;
- 4) використовувати мультимедійні засоби навчання;
- 5) запроваджувати медіаосвітні технології;
- 6) учити свідомо сприймати медіатексти різних видів і жанрів: інтерпретувати, критично аналізувати, розуміти їхню суть, адресну спрямованість тощо;
- 7) включати медіаінформацію до освітнього контексту заняття;
- 8) формувати вміння знаходити, створювати, передавати та приймати медіатексти з використанням різної техніки;
- 9) знаходити потрібну інформацію в різних медіатекстах і систематизувати її за певними ознаками, тобто використовувати «навчальні моменти» з рекламою, газетами, обкладинками книг тощо;
- 10) трансформувати візуальну інформацію у вербальну та навпаки;
- 11) надавати можливість студентам створювати власні медіа, а не просто аналізувати їх;
- 12) уникати негативного підходу до медіаосвіти, навчаючи студентів адекватно ставитися до проблемних питань у медіа, не втрачаючи задоволення від них тощо. Студенти часто намагаються уникати розмов про наслідки медіапродуктів, кажучи, що це лише телешоу або відеогра чи музичне відео. Але слід наголосити на тому, що медіапродукти можуть мати значення, навіть якщо

автори цього не планували, і що ми покладаємося на них так само, як і на будь-які інші джерела, що подають інформацію про події навколишнього світу. Наприклад, дослідження переконливо показали, що споживання медіапродуктів може вплинути на те, як ми бачимо інших і як ми бачимо себе, навіть якщо ми цього не усвідомлюємо (стан відомий як неявне або несвідоме упередження) [29].

Зазначимо, що способи навчальної діяльності під час роботи з медіатекстами відображають шість рівнів мислення (за Блумом):

1. *Репродуктивний*. Передбачає переказ медіатексту студентом безпосередньо після сприйняття для передачі його змісту слухачам.

2. *Асоціативний*. Відображає сприйняття медіатексту через особисті емоції, спогади, переживання.

3. *Пояснювальний*. Акцентує увагу на складних для розуміння моментах медіатексту, сприяє формуванню суджень про медіатекст загалом або про його частину зокрема.

4. *Аналітичний*. Включає аналіз структури медіатексту, мовних і художніх особливостей, поглядів творців і медіакористувачів: критиків, глядачів; музичного та звукового супроводу медіатексту.

5. *Класифікаційний*. Визначає місце твору в історичному, економічному, соціальному, політичному контекстах; його жанр, етичні та естетичні норми (наявність та доречність насильства, відвертих сцен тощо), психофізіологічний рівень (вплив «емоційного маятника»: чергування емоційного комфорту з шоківим станом).

6. *Оцінний*. Передбачає виявлення студентом переваг медіатексту на основі особистісних, моральних або формальних критеріїв [18].

Зауважимо, що в освітньому процесі під час аналізу медіатекстів варто звернути увагу на використання певних технологічних прийомів і завдань, які допоможуть удосконалити практичні вміння роботи з медіатекстами. Так, у результаті впровадження та реалізації медіатекстів в освітньому процесі треба створити базову модель заняття, що включатиме три стадії: виклик – осмислення – рефлексію (як у технології за методикою критичного мислення). Можемо передбачити такі очікувані результати від запровадження медіаосвітніх технологій:

- 1) можливість зробити навчальний процес технологічним;
- 2) відхід від монологічного способу взаємин «викладач – студент»;
- 3) використання творчого компонента навчання;
- 4) зростання педагогічної майстерності педагога й студентів у медіаосвіті;
- 5) підвищення мотивації до навчання.

В освітньому процесі доцільним буде використання таких завдань:

1. Ділові та рольові ігри. «Експертний» рольовий етюд, що передбачає пошук доказів «за» і «проти» в короткометражних медіатекстах. Наприклад, під час перегляду медіатекстів на YouTube: «Медіаграмотність» (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sDp7qYWoDnk>), «Медіа та медіаграмотність: що це і навіщо?» (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8Puq1OqwXYg>), «Сходинки до медіаграмотності» (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P7Hxo8TOrps>), «П'ятихвилинка медіаграмотності» (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gPrnIKeR-BA>) тощо студент отримує завдання проаналізувати сюжети, у яких подано визначення терміна «медіатекст» відповідно до сучасних словників і наявних поглядів науковців у цій сфері. Наприклад:

1. Медіатекст можна визначити як динамічну складну одиницю вищого ладу, за допомогою якої здійснюється мовленнєве спілкування у сфері медіакомунікації.

2. Сучасний медіатекст як за формою створення, так і за формою відтворення є мультимодальним, креолізованим, полікодовим, таким, що інтегрує а єдиному сенсовому просторі різнорідні компоненти (вербальні, візуальні, аудитивні, аудіовізуальні тощо).

3. Медіатекст як інформаційний простір, мовний твір, як знакова послідовність вербальних і невербальних складників.

4. Медіатекст як об'єднана смисловим і граматичним зв'язком послідовність мовних одиниць: висловлювань, надфразових одиниць (прозових строф), фрагментів, розділів із використанням різних медіаінструментів.

5. Медіатекст – твір мовнотвірного процесу, що має завершеність, об'єктивований у вигляді письмового документа, літературно опрацьований відповідно до типу цього документа; твір, що складається з назви та низки особливих одиниць (надфразових єдностей), зокрема невербальних, об'єднаних різними типами синтаксичного, граматичного, логічного зв'язку, що має певну цілеспрямованість та прагматичну установку.

6. Медіатекст – послідовність речень, слів (у семіотиці – знаків), побудована згідно з правилами певної мови, знакової системи та утворює повідомлення, що містить різні медіаінструменти.

7. Медіатекст – внутрішньо організована послідовність відрізків письмового твору або записаного чи звукового мовлення, відносно закінченого за своїм змістом та будовою з наявними посиланнями, аудіо-, відеофрагментами.

На основі проведеного дослідження студенти роблять висновок щодо основних характеристик медіатекстів, розподіливши між собою ролі судді та

експертів, обізнаних у цьому питанні. Так, на обговорення виносяться такі твердження стосовно тексту:

- 1) зв'язність і цілісність завдяки використаним медіаінструментам;
- 2) відносна завершеність завдяки гіперпосиланням;
- 3) певна спрямованість на повідомлення;
- 4) належність до певного функціонального стилю;
- 5) літературна обробка відповідно до певного стилю;
- 6) одиниці тексту об'єднані лексичним, стилістичним, логічним і граматичним зв'язком.

Одні з експертів додають судження щодо специфіки медіатексту: у контексті медіакомунікації до традиційного розуміння тексту додається новий вимір. На відміну від лінійного тлумачення тексту як об'єднаної загальним змістом послідовності вербальних знаків, медіатекст набуває рис об'ємності та багат шаровості. Це відбувається завдяки суміщенню вербальної частини тексту з медійними властивостями того чи того повідомлення. Так, у друкованому виданні вербальна частина тексту поєднується з графічною та ілюстративною; під час виступу вербальний компонент отримує додаткову виразність завдяки мультимедійній презентації. Відеопрезентація ще більше розширює межі тексту, поєднуючи словесну частину із відеозображенням і звуковим рядом.

Вербальні і медійні компоненти тексту тісно взаємопов'язані і можуть поєднуватися один з одним на основі різних принципів: доповнення, посилення ілюстрації, виділення, протиставлення тощо, утворюючи в такий спосіб певну цілісність, нерозривну єдність, яка і становить сутність поняття «медіатекст». Таке занурення в обговорення розвиває фахові компетентності: здатність до пошуку, обробки, аналізу та інтерпретації інформації, спроможність до критичного мислення, вести конструктивну комунікацію, наводити аргументи, відстоювати власну думку тощо. Такі рольові ігри орієнтують як на колаборацію всередині групи, так і на самостійну діяльність: роботу з питаннями продуктивного рівня. В учасників обговорення виникає низка питань: 1. Як використання медіатексту впливає на подачу інформації? 2. Поєднання яких медіаінструментів у медіатекстах є ефективним для впливу на користувача? 3. Яка сфера суспільного життя дала базу для появи медіатекстів? 4. Як створити якісний медіатекст? 5. Які функції медіатекстів?

Під час самостійної роботи експерти надають інформацію щодо історії виникнення медіатекстів у різних країнах світу, визначають внесок різних фахівців у дослідження медіатекстів, стратегії розвитку сучасної медіакомунікації, функціонування медіатексту в контексті наукової комунікації тощо.

На стадії рефлексії студенти пишуть есе з переглянутих відео щодо медіаграмотності. Технологічний прийом допомагає підсумувати свої знання з теми, що вивчається в переглянутих медіатекстах. Студентам дається конкретне завдання: систематизувати отриману інформацію і написати все, що вони дізналися з цієї теми, висловити свою думку, написати ключову фразу, створити ментальну карту тощо.

У подальшій роботі можна запропонувати організувати театралізовану пресконференцію з авторами медіатексту. Учасники обирають ведучого, сценариста, акторів, композиторів, художників, журналістів тощо. У такий спосіб на занятті відбувається організований діалог із задалегідь підготовленими запитаннями, на які творці медіатекстів відповідають, захищаючи свій витвір. Прикладом такої пресконференції може бути обговорення фільму «Захар Беркут» (реж. Ахтем Сеітаблаєв), який визначено як перший український кіноепік, із використанням мультимедійної презентації.

У цьому контексті студентів можна попросити проаналізувати різницю між фільмом і книжковою версією твору, використовуючи ключові поняття. Чим комерційні міркування фільму відрізняються від книжки чи вистави? Які технічні відмінності змінюють спосіб розповіді? Чим очікування глядачів фільму відрізняються від очікувань від вистави чи книги? Чим цінності та припущення творців фільму схожі на ціннісні орієнтири справжнього автора або відрізняються від них? Як усі ці відмінності впливають на розуміння медіатексту?

Використання *літературно-імітаційних завдань* допоможе розвитку комунікативних умінь через медіатекст. Учасникам пропонується ідентифікувати себе зі сценаристом і розробити сценарій. Наприклад, продовження відомого літературного твору чи знаходження сюжету для телепередачі, репортажу, інтерв'ю тощо. Можна уявити себе персонажем, відтворивши психологію, мотиви дій і вчинків, лексику героя, обґрунтувавши своє бачення цієї ролі, що може супроводжуватися аудіо, відео тощо.

Завдяки *зображувально-імітаційним завданням* учасники освітнього процесу створюють власний медіатекст (рекламний проспект, фотоколаж, малюнки, комікси за мотивами медіатексту тощо). Обов'язковим є презентація свого медіапродукту перед іншими учасниками, захист і жива дискусія на основі поданої інформації. Заздалегідь обране журі оцінює творчу роботу за виробленим критеріям.

Зазначимо, що знання та вміння, отримані під час *образотворчо-імітаційних завдань*, зокрема тих, що стосуються творчого процесу створення медіатекстів, допомагають студентам точніше висловлювати свої думки,

відчуття, почуття з приводу побаченого та почутого, опосередковано розвивають їхню здатність до сприйняття медіатекстів.

Використання *мультимедійної презентації як цифрової розповіді* з елементами анімації, ілюстрації зміни об'єкта, звукового супроводу, відео тощо на занятті дає широкі можливості для демонстрації не лише вміння користуватися медійними технологіями, а й представляти конкретний матеріал у доступному, цікавому викладі. Види презентацій можуть бути різні, головне допомогти студентам отримувати з медіа максимум користі відповідно до завдань. Окреслимо такі види мультимедійних презентацій:

1. *Ілюстрації до творів*. Поєднання теоретичних понять із зоровими образами (фото, відео, музика тощо) є доступнішим і сприймається набагато цікавіше. Немає монотонності викладу, увага перемикається на екран, додається зорове сприйняття, зображення створює асоціативні образи – легше запам'ятовується. До того ж швидкість обробки відеоінформації набагато вища, ніж аудіоінформації.

2. *Пояснювальні презентації* дають можливість проілюструвати елементи, що важко піддаються опису словами (фізичні явища, явища природи, хімічна структура тощо) або «шаблонні» (процес вибору, порівняння, аналізу). Ці матеріали можна повторити неодноразово та самостійно вивчити за відсутності подачі на занятті. Така презентація збільшує відсоток засвоєння поданої інформації і значно зменшує кількість помилок під час її відтворення.

3. *Ілюстрація алгоритмів* (діаграм, таблиць, ментальних карт, графіків тощо): графічні (ілюстративні) алгоритми сприймаються і запам'ятовуються набагато краще. Наприклад, ілюстративний перегляд роботи з Google інструментами, робота з Word інструментами, програмами щодо створення певної медійної продукції, перегляд інструкції з виконання певних дій тощо. Усе це сприймається краще, ніж просто прочитати вказівки.

4. *Пошуково-дослідні презентації* дають можливість уявити зібраний матеріал у доступному, цікавому викладі, зробити вибірку найцікавішого, запропонувати свій підхід до вирішення проблеми. Такі презентації дозволяють передати свої напрацювання для самостійного вивчення іншим дослідникам, що полегшує обмін інформацією та спрощує наукову комунікацію тощо.

Пропонуємо виділити такі етапи роботи з мультимедійною презентацією на занятті, що сприятиме продуктивній взаємодії всіх її учасників:

1. Пояснення та ілюстрація теоретичного матеріалу щодо виконання запропонованого завдання педагогом.

2. Створення по одному слайду з кожної групи (командна робота) – пояснення до різних розділів із попереднім домашнім оглядом (використання підготовленого матеріалу).

3. Демонстрація індивідуальних слайдів із поясненням.

4. Оцінювання робіт за критеріями (логічність, зрозумілість, наочність).

5. Обговорення («за» і «проти») представлених слайдів, підбиття підсумків (уміння висловити свою думку, зауваження, уміння сприймати чужу критику, уміння сперечатися).

6. Рефлексія (написання есе за темою заняття).

4. Структура занять із використанням медіатехнологічних прийомів

Відповідної уваги заслуговує розгляд структури заняття з використанням медіатекстів. Насамперед слід урахувувати потреби цільової аудиторії для правильної постановки мети і цілей навчального заняття. Так, під час організації роботи з використанням медіатехнології освітню діяльність треба спрямувати на те, щоб:

- 1) розширити кругозір студентів;
- 2) познайомити з особливостями медіамови;
- 3) удосконалювати сприйняття студентами медіатекстів;
- 4) організувати творчу діяльність як засіб освоєння медіатекстів;
- 5) використовувати комплекс різних медіаінструментів під час створення медіатекстів для різноаспектної подачі інформації;
- б) розвивати естетичні судження та формувати етичні позиції щодо думок, поглядів, викладених у медіатексті.

Ураховуючи дедалі більшу роль комунікаційних технологій в освітньому процесі, звернімо увагу на активізацію творчих здібностей студентів у створенні власних медіатекстів завдяки презентації-анімації як способу інтерактивної комунікації з аудиторією. Заняття з використанням медіатексту умовно можна поділити на такі етапи:

1. Вступне слово викладача або підготовленого студента, який дає коротку інформацію про авторів медіатексту:

– якщо це екранізація художнього твору (напр., фільм «Захар Беркут»), то слід вказати імена режисера, сценаристів, композиторів, акторів та націлити аудиторію на сприйняття літературного твору авторами фільму;

– якщо медіатекст належить до публіцистичного стилю, то слід висвітлити історико-політичний або соціальний контекст подій для більш продуктивного занурення в порушені автором проблеми;

– якщо це інформаційний медіатекст, то необхідно звернути увагу на джерело інформації, її аргументованість, установити головні та другорядні

аспекти інформації, її типовість, авторитетність, істинність і хибність в інформаційному матеріалі;

– якщо це будь-який вид мультимедійної презентації, то слід окреслити цілі та завдання, що стоять перед її автором.

2. Спільний перегляд медіатексту всіма учасниками освітнього процесу.

3. Обговорення медіатексту для осмислення авторського задуму через розподіл його на великі сюжетні блоки (тема та ідея медіатексту, його проблематика, система образів, композиційні особливості тощо).

4. З'ясування ступеня впливу медіатексту на аудиторію через аналіз епізодів, що здобули яскравий емоційний відгук.

5. Обґрунтування особистого ставлення кожного учасника освітнього процесу до тієї чи тієї позиції автора медіатексту та відображення його у творчій роботі (відгук, анотація, есе, рецензія тощо).

6. Обговорення різних поглядів фахівців на цей медіатекст.

Зазначимо, що студент, працюючи з медіатекстом, опановує загальні вміння і навички, що необхідні для пізнання реальної дійсності, здобуває знання, які знадобляться в подальшій професійній діяльності. Учасник освітнього процесу набуває здатності самостійно будувати логічно закінчену розповідь за завданням викладача з обґрунтуванням власного ставлення до викладених фактів; формулювати питання до поданого навчального матеріалу відповідно до осмислення його на заняттях або в процесі роботи над джерелами; використовувати різні медіаресурси для можливості самостійно орієнтуватися в новій ситуації; знаходити переконливі обґрунтування явищ, вирішувати завдання різної складності, бачити та пояснювати суперечності; виявляти бажання щодо пошуку способів вирішення складних навчальних завдань; аргументувати власну думку щодо явищ, подій, процесів, що набувають дискусійних аспектів; проводити елементарні дослідження під час розв'язання пошукових задач тощо.

Можемо стверджувати, що внаслідок організації освітнього процесу з використанням медіатехнологій студенти набувають досвіду роботи з ними в індивідуальній, колективній, навчальній, пізнавальній, проектній діяльності; відповідально ставляться до дотримання етичних і правових норм інформаційної діяльності; самостійного чи колективного обговорення медіатексту тощо. У такий спосіб на основі окресленої діяльності в учасників освітнього процесу відбувається формування і розвиток медіаграмотності та як наслідок – медіакомпетентності, яку розглядаємо як результат медіаосвіти та рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного та політичного контексту функціонування медіапродукту, а також

свідчить про його здатність бути носієм та передавачем медіакультурних уподобань і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства (Bomer Randy & Katherine Bomer, 2001). Крім того, щоб навчати медіаграмотності, не обов'язково бути медіаекспертом, але важливо бути в курсі того, що учасники освітнього процесу дивляться, грають, читають, одягають і слухають, не кажучи вже про те, що вони роблять в інтернет-мережі. Ураховуючи це, студентам можна дозволити бути експертами, що позитивно вплине на читання медіатекстів у практичному контексті.

5. Методи вивчення медіатекстів

Для того щоб бути і залишатися надалі медіаграмотним та зробити медіаосвіту значущою та невід'ємною частиною своєї професійної діяльності, треба вміти читати медіатексти, тому кожного разу, як ми маємо з ними справу: чи то створюємо, чи то обговорюємо, слід ураховувати деякі аспекти ключових понять (конструкція, текст, аудиторія та етапи створення). Окрім того, треба володіти методологічною базою дослідження медіапродуктів. Серед найефективніших і найпоширеніших методів вивчення медіатекстів виокремлюють такі:

1. *Методи лінгвістичного аналізу* – це група традиційних для лінгвістики тексту методів семантичного, стилістичного, морфологічного, синтаксичного аналізу, матеріалом для яких є медіатексти. Ці методи дозволяють виявити закономірності організації кожного рівня медіатексту, стійку сполучність одиниць, характерну для різних жанрів і медіатем, особливості різних тропів і стилістичних прийомів із погляду реалізації загальної комунікативної перспективи медіатексту.

2. *Метод контент-аналізу, або аналізу змісту* – дослідницький метод, що спрямований на систематичне, об'єктивне, засноване на кількісних даних вивчення змісту комунікації. Його мета полягає в тому, щоб ідентифікувати та підрахувати випадки вживання обраних одиниць тексту, і далі на цій основі вивчити повідомлення, образи та репрезентації, що містяться в медіатекстах у ширшому соціальному контексті (Miller, 2005). Заснований на статистичному підрахунку спеціально обраних одиниць тексту (не лише вербальних), метод контент-аналізу надає досліднику медіакомунікації найширший спектр можливостей.

3. *Метод дискурсивного аналізу*. Концепція дискурсу та розроблений на її основі метод дискурс-аналізу дозволяє зосередити увагу не лише на зовнішніх формальних ознаках тексту, але й на цілій низці екстралінгвістичних факторів, що супроводжують його створення та актуалізацію. Дискурс – це зв'язковий

текст разом із екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними тощо чинниками: текст, взятий в аспекті розгортання події; мовлення, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії комунікантів і механізмах їхньої свідомості. Дискурс – це мова, занурена у життя [31]. Концепція дискурсу значно розширює можливості опису тексту, наголошуючи на важливості вивчення екстралінгвістичних факторів, що супроводжують комунікацію. Дискурс не обмежується лише межами мови. Він також вивчає весь зміст комунікації: хто спілкується, із ким, чому, у якому соціальному статусі та суспільно-історичній ситуації, завдяки яким каналам, як взаємодіють різні типи комунікації, задіяні в акті спілкування [32].

Медіадискурс у такий спосіб надає нормувальну та регулятивну дію на комунікативні ситуації: той чи той дискурсивний медіа простір – це своєрідне поле для того, що може чи має бути сказано чи зрозуміло, а також «говориться» та «розуміється»: не лише обрана автором тема визначає зміст та спосіб її опису в медіатексті – сам вибір теми зумовлений медіадискурсом як системою утворення знання [33]. Так, вивчення медіатексту як ядра в мережі медіакомунікації дозволяє зрозуміти не лише принципи його внутрішньої організації, а й умови його появи, правила утворення певних смислів та специфіку ефективності конкретних медіаповідомлень. Під час дискурсивного підходу кожен конкретний текст розглядається крізь призму суспільно-ідеологічних зав'язків з урахуванням соціальних інтересів і політичних поглядів учасників медіакомунікації, його творців та користувачів.

4. *Метод критичної лінгвістики* полягає у виявленні та вивченні науково (специфічно) забарвлених компонентів тексту. До того ж особлива увага надається саме аналізу текстів медіаінформації як текстів за своєю природою глибоко змістовних. Засновник медіаосвітньої теорії розвитку критичного мислення британський учений L. Masterman вважає, що існує чотири наряди критичного вивчення медіапродукту: 1) хто відповідальний за створення медіатекстів, хто володіє засобами масової інформації та контролює їх? 2) як досягається необхідний ефект? 3) які ціннісні орієнтації світу, що створюється в такий спосіб? 4) як його сприймає аудиторія? [27].

5. *Метод когнітивного аналізу* спрямований на вивчення медіатексту як результату та інструменту пізнання світу. Найважливішими категоріями когнітивної лінгвістики є концепт та мовна картина світу. Концепти – це ментальні сутності, які мають назву в мові та відображають культурно-національне уявлення людини про світ. Так, застосовуючи методи когнітивної лінгвістики можна з'ясувати значення та способи репрезентації

найрізноманітніших концептів у медіамові. Здійснення когнітивного аналізу тем, що стосуються проблеми мультикультурного суспільства, імміграція, релігійні конфлікти, наукові дослідження, освітні реформи, ставлення до довкілля, гендерна проблематика тощо, показує, як складається загальна інформаційна картина світу, у чому проявляється національно-культурна специфіка медіаландшафтів конкретних країн. Когнітивний підхід дозволяє відповісти на найважливіше питання про способи взаємодії між реальною дійсністю та її медійною репрезентацією [34].

6. *Метод лінгвокультурологічного аналізу* заснований на концепції лінгвокультури, яка відображає нерозривний зв'язок між національною мовою та культурою. Очевидно, що весь корпус медіамови є найважливішим компонентом сучасної культури, а медіатексти насичені національно- та культурно-специфічними елементами [2, с. 26].

7. *Метод медіалінгвістичного аналізу*, суть якого полягає у виявленні та описі закономірностей взаємодії вербального та медійного рядів, у вивченні особливостей використання знаків медійного рівня, а також різних варіантів комбінацій елементів усіх рівнів медіатексту: слово – звук – зображення, слово – графічне оформлення – образ тощо [7].

Зазначимо, що теоретичні знання, уміння правильно читати медіатексти із застосуванням усіх можливих медіатехнологічних прийомів/методів та створювати власні допомагають сучасному фахівцю-користувачу швидко орієнтуватися в інформаційному просторі, а також конструктивно вести наукову комунікацію будь-якою мовою, якою володіє фахівець, що сприятиме досягненню позитивних результатів і розвитку науково-освітньої сфери.

Висновки. Медіатекст – це модель організації е-тексту, що характеризується специфічною структурованістю та розгалуженою системою програмно підтримуваних внутрішньотекстових і міжтекстових переходів, що передбачає можливість читацького інтерактивного впливу на послідовність відтворення композиційних одиниць через різні медіаінструменти (анімація, графіка, фото, аудіо, відео тощо). Сучасний медіатекст спрямований на опосередковане спілкування з цільовою аудиторією та на встановлення певних зв'язків із нею завдяки засобам медіакомунікації. Явище конвергенції в науковому електронному медіапросторі призвело до зміни структурно-змістовних характеристик медіатексту, що являє собою нелінійний текст, що розгалужується і дозволяє користувачу самостійно вибрати шлях засвоєння інформації і в такий спосіб конструювати власний текст, обирати відповідне посилання та шлях комунікації з автором або групою фахівців у певній галузі. Крім того, медіатекст у системі конвергентних засобів медіакомунікації є

мультимедійним жанром, що володіє одночасно ознаками і характеристиками різних жанрів традиційного тексту та репрезентує ці ознаки в кожному окремому медіапродукті. Сучасні конвергентні медіа відрізняються такими особливостями, як нелінійність, багатоканальність, полікодовість, мультимедійність, інтерактивність тощо. Наявність двосторонньої моделі комунікації в медіатекстах дає можливість здійснювати зворотний зв'язок між її учасниками. Систематична робота з медіатекстом допоможе швидко сприймати інформацію й орієнтуватися в потоці її змін. В освітньому процесі під час аналізу медіатекстів варто звертати увагу на використання певних технологічних прийомів і завдань, які допоможуть удосконалити практичні вміння роботи з медіатекстами. Використання мультимедійної презентації з елементами анімації, ілюстрації зміни об'єкта, звукового супроводу, відео тощо на занятті дає широкі можливості для демонстрації не лише вміння користуватися медійними технологіями, зокрема цифровою розповіддю, а й представляти конкретний матеріал у доступному, цікавому викладі.

Володіння методами вивчення медіатекстів (метод контент-аналізу, метод дискурсивного аналізу, метод критичної лінгвістики, метод когнітивного аналізу, метод лінгвокультурологічного аналізу, метод медіалінгвістичного аналізу) дозволяє фахівцю досягти надмети в роботі з ними та ефективно використовувати їх у своїй професійній діяльності для досягнення високих результатів у комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранник Д. Х. Текст. Українська мова. Енциклопедія. Київ : «Укр. енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2000. С. 627–628.
2. Вжеш Я. Л. Базові категорії медіалінгвістики: медіа-мова, медіа-дискурс, медіатекст. *Нова філологія*. 2014. № 60. С. 23–27.
3. Кардаш Л. В. Поняття медіатексту як базової категорії медіалінгвістики. *Молодий вчений*. 2017. № 4 (44), квітень. С. 146–149.
4. Лобачова І. Імплементация концептуальних карт для підвищення іншомовної комунікативної компетентності майбутніх фахівців. *Педагогічні науки : теорія, історія, інноваційні технології*. Суми : СумДПУ. 2016. № 2 (56). С. 315–321.
5. Лобачова І.М. Мотиваційний аспект використання медіатексту під час навчання англійської мови майбутніх фахівців із початкової освіти. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. № 1 (37). Ч. 1. 2021. С. 193–197. DOI <https://doi.org/10.26661/2522-4360-2021-1-1-29>.
6. Мак-Квейл Деніс. Теорія масової комунікації / переклад з англ. О. Вольна, Г. Сташків. Львів : Літопис, 2010. С. 301–328.
7. Медіалінгвістика: Словник термінів і понять / за ред. проф. Л. І. Шевченко. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2013. 240 с.
8. Опис рамки цифрової компетентності для громадян України. Міністерство цифрової трансформації України. 2021. URL: https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/news_post/2021/3/mintsifra-oprilyudnyue-ramku-

tsifrovoi-kompetentnosti-dlya-gromadyan/%D0%9E%D0%A0%20%D0%A6%D0%9A.pdf (дата звернення: 20.05.2022).

9. Пелешишин А. М., Серов Ю. О. та ін. Процеси управління інтерактивними соціальними комунікаціями в умовах розвитку інформаційного суспільства : монографія. Львів : Видавництво Львівська політехніка, 2012. 368 с.

10. Положення про дистанційне навчання. Затверджене Наказом Міністерства освіти і науки України 25. 04. 2013 р. No 466. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0703-13> (дата звернення: 21.05.2022).

11. Положення про електронні освітні ресурси. Затверджене наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 01.10.2012 р. № 1060 (у редакції наказу МОН України від 29.05.2019 р. № 749). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1695-12#n13> (дата звернення: 20.05.2022).

12. Радзівська Т.В. Комунікативно-прагматичні аспекти текстотворення : автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. філол. наук. Київ, 1999. 33 с.

13. Українська мова: енциклопедія. Київ : Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана, 2000. 752 с. URL: <http://litopys.org.ua/ukrmova/um.htm> (дата звернення: 22.05.2022).

14. Чайковська О. Ю. Особливості сучасного медіатексту. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2014. Вип. 12. С. 225–230.

15. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3–12.

16. Aleksandr Pastukhov. Media texts: main structures and values from the perspectives of intercultural communication. *The Language and Culture*. December 2016. Pp. 65–74. DOI:10.17223/24109266/8/7.

17. Anna Turula. Teaching English as a Foreign Language: from Theory to Practice ...and All the Way Back. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Lingwistycznej, 2010. 470 p.

18. Anthony William. Teaching in a Digital Age. 2019. URL: <https://opentextbc.ca/teachinginadigitalage/chapter/8-8-pedagogical-differences-between-media/> (дата звернення: 24.05.2022).

19. Bell, A. Approaches to Media Discourse. London, 2017. 304 p.

20. Bomer, Randy & Katherine, Bomer. For a Better World: Reading and Writing for Social Action. Heinemann NH. 2001. Pp. 144–148.

21. Brumfit, C. J. & Johnson, K. The Communicative Approach to Language Teaching. Oxford : OUP, 1979. 243 p.

22. Craig, Robert T. & Heidi L., Muller. Theorizing Communication: Readings Across Traditions. Los Angeles : Sage Publications, 2007. 525 p.

23. Debates in English Teaching. Edited By Jon Davison, Caroline Daly. 2nd Edition. London : Routledge. 2020. 224 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429506871>

24. Elizabeth, Thoman. How to Conduct a “Close Analysis” of a Media “Text”. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/how-conduct-close-analysis-media-text> (дата звернення: 22.05.2022).

25. Frank W., Baker. Close Reading: Visual Literacy through Photography. 2019. URL: <https://www.middleweb.com/16205/close-reading-visual-literacy-photography/> (дата звернення: 23.05.2022).

26. Frank W. Baker. Teach Visual Literacy with Popular Magazines. 2013. URL: <https://www.middleweb.com/9884/magazines-media-literacy/> (дата звернення: 23.05.2022).

27. Janette M. Hughes. Media Literacy. 2020. URL: https://faculty.ontariotechu.ca/hughes/Oral_Visual_Literacy/MediaLiteracy.html (дата звернення: 23.05.2022).

28. Koumi J. Media comparisons and deployment: a practitioner’s view. *British Journal of Educational Technology*. 1994. Vol. 25, No. 1.

29. Koumi J. Designing video and multimedia for open and flexible learning. London: Routledge. 2006.
30. Miller, K. Communication Theories: Perspectives, Processes and Contexts. 2nd Ed. McGraw Hill : New York, 2005. 355 p.
31. Reading information-based texts. 2022. <https://www.literacytoday.ca/home/reading/reading-strategies/reading-information-based-texts> (дата звернення: 23.05.2022).
32. Reading media texts. 2022. URL: <https://www.literacytoday.ca/home/reading/reading-strategies/reading-visual-texts/reading-media-texts> (дата звернення: 23.05.2022).
33. Reading visual texts. 2022. URL: <https://www.literacytoday.ca/home/reading/reading-strategies/reading-visual-texts> (дата звернення: 23.05.2022).
34. Soumi Mandal. Media texts: A study on mediated communication in language classroom. *GYANODAYA – The Journal of Progressive Education*. 2017. 10(1):22. DOI:10.5958/2229-4422.2017.00004.4
35. Tony Fahy. What is a media text? 2015. URL: <https://www.ocr.org.uk/blog/what-is-a-media-text/> (дата звернення: 22.05.2022).