

Герман Вікторія Василівна

доцент кафедри української мови і літератури
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

МЕДІАКУЛЬТУРА ОРАТОРА: З ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ СЕРТИФІКОВАНОЇ ПРОГРАМИ «АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА» У ВИЩІЙ ПЕДАГОГІЧНІЙ ОСВІТІ

Анотація: У статті окреслюється досвід інтеграційного підходу до впровадження проекту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» у магістерський навчальний курс «Академічна риторика»; доводиться, що таке поєднання дозволить покращити якість формування загальних і фахових компетентностей майбутніх учителів української мови і літератури, а також інфо-медійних компетентностей: уміння критично мислити, ефективно шукати інформацію, відрізняти факти від суджень, втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам, запобігати ризикам у комунікації, ідентифікувати й протидіяти стереотипам і дискримінації.

Ключові слова: риторика, академічна риторика, промова, візуальна грамотність, інфомедійна грамотність, критичне мислення, медіакультура, медіаграмотність.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Серед багатьох актуальних завдань вищої педагогічної освіти одним із найважливіших є підготовка висококваліфікованих медіаграмотних вчителів, які фахово володіють навичками ефективного пошуку інформації, її систематизації, уміють запобігати ризикам у комунікації, обґрунтовувати власну позицію, оцінювати та інтерпретувати події, протидіяти «мові ворожнечі», ідентифікувати прояви пропаганди, ботів, тро-

лів, фейки, маніпуляцію, втілювати робочі ідеї завдяки онлайн-інструментам тощо.

Автор статті є учасником проєкту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який реалізується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів за підтримки Посольства Сполучених Штатів Америки та Посольства Великої Британії в Україні, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Основне завдання проєкту, а отже, і нашої діяльності, вбачаємо у створенні ефективної сталої моделі інтеграції навичок критичного сприйняття інформації в навчальний процес вищої і загальної середньої освіти.

Постановка завдань статті. Формування інфомедійної грамотності сучасного вчителя актуалізується на етапі впровадження Міністерством освіти і науки України навчальної дисципліни «медіаграмотність» у шкільний курс. Проблеми медіаосвіти, медіакультури й медіаграмотності досліджуються такими науковцями, як О. Волошенюк, В. Даниленко, І. Задорожня, В. Іванов, Т. Іванова, А. Калініченко, Т. Кузнецова, В. Лісостанський, В. Мележик, О. Тараненко та ін. [3; 4]. Завдання статті – представити досвід роботи з інтеграції інфомедійної грамотності і навчального курсу «Академічна риторика» (ОР магістр) на прикладі вивчення теми «Промова в академічному красномовстві»

Виклад основного матеріалу з обґрунтуванням отриманих результатів. Мета вивчення навчальної дисципліни «Академічна риторика» у педагогічному виші – формування риторичної культуромовної особистості вчителя з ефективним мисленням, якісним мовленням

та оптимальним спілкуванням; сприяння формуванню загальних і фахових компетентностей майбутніх учителів української мови і літератури, а також інфомедійних компетентностей: уміння критично мислити, ефективно шукати інформацію, відрізняти факти від суджень, втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам, запобігати ризикам у комунікації, ідентифікувати й протидіяти стереотипам і дискримінації.

У сертифікованій програмі навчальної дисципліни «Академічна риторика» [1] поряд із темами, які передбачають опанування студентами логічною, психологічною, полемічною, невербальною культурою оратора, вагоме місце відводимо темі «Медіакультура оратора», яка охоплює такі питання:

1. Медіакультура як здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки; сукупність духовних цінностей, створених інформаційно-комунікаційними засобами, що функціонують у суспільстві щодо елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому.
2. Синкретизм медіакультури:
 - медіаграмотність: розуміння, як працюють медіа, їх власники; журналістські стандарти, редакційна політика; вміння визначати жанри журналістських повідомлень; розуміння понять цензури й самоцензури; вміння аналізувати рекламу, розрізня-



- ти її типи (соціальна, комерційна, політична тощо).
- критичне мислення: вміння ставити запитання, обґрунтовувати власну думку, оцінювати та інтерпретувати події, проводити паралелі із сучасністю, аналізувати передумови та причини події;
- інформаційна грамотність: вміння ефективно шукати інформацію, працювати з джерелами й першоджерелами; вміння відрізнити факти від суджень; вміння систематизувати інформацію, висувати гіпотезу та оцінювати альтернативи;
- соціальна толерантність: вміння ідентифікувати та протидіяти «мові ворожнечі», стереотипам і дискримінації; формувати навички етичного спілкування;
- цифрова безпека: розуміння цифрового сліду; навички кібербезпеки (протидія онлайн-шахрайству, шкідливим програмам);
- візуальна грамотність: умінь аналізувати фото, символи, інфографіку тощо;
- стійкість до впливів, фактчекінг: умінь ідентифікувати прояви пропаганди, ботів, тролів, фейки й маніпуляцію, вплив медіа на емоції;
- інноваційність: умінь втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам, використовувати медіа для соціального блага.

3. Критичний аналіз медіатексту:

- категорія медіа (жанр медіатексту та його особливості);
- агентство медіа (автор та замовник медіатексту) та його позиція (ангажована, незаангажована, упереджена);
- контент, підготовлений за кошти і в інтересах замовника («джинса»); його характерні ознаки;
- аудиторія, на яку спрямована медіаінформація;
- які соціальні групи чи проблеми представлені в медіатексті; політичні та соціальні тенденції, що віддзеркалені в медіатексті;
- наявність симпатій чи антипатій авторів;
- роль заголовку: чи можна зрозуміти зміст тексту й зробити висновки лише за заголовком; чи відповідає заголовок інформації в тексті; чи містить заголовок категоричні твердження, які не можна перевірити;
- факти чи судження переважають у медіатексті;
- чи містить медіатекст приховані підтексти, неправдиву або викривлену інформацію (текст-фейк); з якою метою це зроблено: пародія; емоційний тиск; скомпрометувати; упередженість; вигода; вплив; пропаганда тощо;
- наявність стереотипних рішень у медіатексті;
- способи впливу на користувача та наявність намірів автора скорегувати його позицію;

- можливості порівняння окремих епізодів медіатексту з раніше отриманою інформацією із інших джерел;
- ознаки маніпуляції свідомістю користувача, ворожечі, ненависті чи прихованої або відвертої власної позиції автора (авторів);
- мова медіаповідомлення, використання візуальних символів, інфографіки, фото, малюнків, графіків, інших позначок; аудіовізуальні, стилістичні особливості мови та їх відповідність конкретному сюжету; рівень їх відповідності змістовій частині медіаповідомлення;
- відчуття, ставлення, симпатії чи антипатії користувача (сприйняття медіаповідомлення користувачем).

Представимо досвід роботи з інтеграції інфомедійної грамотності й навчального курсу «Академічна риторика» на прикладі вивчення теми «Промова в академічному красномовстві».

Для підготовки до практичного заняття студентам пропонуються такі питання для теоретичного опрацювання (були опрацьовані під час лекції):

1. Промова як жанр академічного красномовства. Історія виникнення й розвитку жанру промови. Античне епідейктичне красномовство: Аристотель і Цицерон. Ф. Прокопович – майстри епідейктичних промов. Види промов у сучасній школі: епідейктичні (похвальні, урочисті); євхаристичні (висловлення подяки); вітальні (з певної нагоди); агітаційні та ін.
2. Основні риси промови: змістовність, логічність, доступність, лаконічність, образність, емоційність тощо. Роль імпровізації у промовах.
3. Етапи підготовки та структура промови. Роль вступу і висновків у промові оратора. Елокуція промови. Мовні та виражальні засоби. Невербальна культура оратора під час виголошення промови.
Далі студентам пропонується виконати такі практичні завдання (з подальшим обговоренням на занятті):
 1. Підготуйте агітаційну промову на тему: «Факультет іноземної та слов'янської філології СумДПУ імені А.С. Макаренка – це освіта, що змінює життя», виявивши риторичну культуру оратора й застосувавши презентацію з фото чи відеоматеріалами. Підбираючи фото, зверніть увагу на схему «На що варто звертати увагу в матеріалах із фото».
 2. Підготуйте подячну промову навчальному закладу (факультету, кафедрі, викладачам тощо) й розмістіть її на сайті факультету іноземної та слов'янської філології СумДПУ імені А.С. Макаренка.
 3. Підготуйте похвалу рідному місту (селу) й розмістіть її в одному із соціальних медіа (див. схеми «Моє медіаполе» та «На що варто звертати увагу в соціальних мережах?»).
 4. Укладіть «цитатник» із порад ораторові-промовцю щодо його невербальної культури (за бажанням – оформіть у вигляді оригінального «подарунку» колегам-магістрантам).
 5. Продовжуйте роботу над укладанням риторичної папки, додавши матеріали до теми.



Опрацювання теми «Промова в академічному красномовстві» передбачає також виконання самотійної роботи з перевіркою та оцінюванням, а саме:

1. Виголосіть агітаційну промову «Факультет іноземної та слов'янської філології СумДПУ імені А.С. Макаренка – це освіта, що змінює життя» в 11 класах шкіл чи в інших закладах освіти і завітуйте майбутніх абітурієнтів.
2. Опублікуйте вашу промову в ЗМІ й презентуйте публікацію викладачеві. Користуючись схемою «Практичні маркери: шість типів контенту», продумайте й обґрунтуйте:
 - жанр тексту;
 - тип контенту;
 - цільова аудиторія;
 - упередженість/неупередженість тексту;
 - наявність/відсутність фейків;
 - факти/судження;
 - відсутність/наявність маніпуляції, пропаганди, дезінформації;
 - соціальна толерантність: наявність/відсутність мови ворожнечі, наявність/відсутність етичних норм, стереотипів.

Наприклад, це може бути блог-спогад «Незабутні хвилини навчання в СумДПУ» або ін. жанр.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Таким чином, інтеграційний підхід до реалізації проєкту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», зокрема в магістерський курс «Академічна ри-

торика», тема «Промови в академічному красномовстві» дозволить покращити якість підготовки й формування компетентностей майбутніх педагогів, а саме: критичне мислення, інфомедійна й візуальна грамотність, критичне мислення, інноваційність тощо.

Перспективу вбачаємо в окресленні інтеграційних можливостей проєкту з іншими темами курсу «Академічна риторика».

Список використаних джерел:

1. Герман В. Академічна риторика: інтегрована програма навчального курсу, сертифікована IREX «Вивчай і розрізняй: інфо-медійна грамотність»; електронна (другий рівень освіти). Суми, 2020. 66 с.
2. Герман В. Інтеграція проєкту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» і курсу «Сучасна риторика». Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології: наук. журнал / голов. ред. А. А. Сбруєва. Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. № 2 (96). С. 12-23.
3. Задорожня І. Т., Кузнецова Т. В. Медіаосвіта. Енциклопедія освіти / гол. ред. В. Г. Кремінь. Київ: Юрінком Інтер, 2008.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/ ред-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; наук. ред. В. В. Різун. Київ: Центр вільної преси, 2012.

Annotation: The article describes the experience of an integration approach to the implementation of the IREX Project «Learn and distinguish: info-media literacy» in the master's training course «Academic rhetoric»; it is proved that this combination will improve the quality formation of general and professional competencies of future teachers of Ukrainian language and literature, as well as info-media competencies: the ability to think critically, effectively search for information, distinguish facts from judgments, implement ideas through online tools, prevent risks in communication, identify and counteract stereotypes and discrimination.

Key words: rhetoric, academic rhetoric, speech, visual literacy, info-media literacy, critical thinking, media culture, media literacy.

