

*Т. С. Жилинская,
кандидат педагогических наук,
старший преподаватель кафедры
информационных технологий в культуре*

ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ СРЕДСТВАМИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В информационном обществе никакая общественно значимая деятельность не возможна вне коммуникационной сферы, основанной на электронных средствах социальной коммуникации (электронной медиасреды). Традиционно, основными каналами социальной коммуникации выступали разрозненные естественные (речь, мимика и др.), художественные (музыка, танец, театр и др.) и технические (телефон, радио, кино, телевидение, печать и др.) коммуникационные средства. В процессе электронного этапа медиатизации произошел тотальный синтез средств социальной коммуникации в единой электронной мультимедийной коммуникационной среде – «электронной медиасреде», под которой мы понимаем систему средств (среду) электронной социальной коммуникации (в первую очередь Интернет и интегрированные с ним коммуникационные сети и технологии).

Ведущие исследователи в области социальной информатики (П. С. Беляев, О. В. Ефремов, К. К. Колин, Н. И. Лапин, И. А. Негодаев, И. В. Соколова и др.) одним из основных процессов информационного общества считают медиатизацию – «процесс совершенствования средств сбора, хранения и распространения информации» [1, с. 14]. Согласно имеющимся характеристикам, медиатизация есть развитие среды социальной коммуникации – медиасреды и соответствующей области социально значимой деятельности – медиакультуры.

Мы живем в мире медиа, и каждый человек должен уметь осуществлять социальную коммуникацию в электронной медиасреде. Совокупность таких знаний и умений мы и относим к медиакультуре личности. В первую очередь это касается профессиональной и творческой деятельности культурологов, основная задача которых состоит в формировании культуры, в том числе и медиакультуры населения [2].

Вследствие сказанного, при обучении информационным технологиям будущих культурологов мы используем элек-

тронную медиасреду, в частности, ее наиболее доступный и важный компонент – Интернет. Для конкретизации той области электронной медиасреды, которая нами используется, мы ввели рабочее понятие «электронное медиасредство обучения» (ЭМО). В качестве ЭМО, в котором обучение студентов может быть полностью контролируемым со стороны преподавателя, мы используем разработанный нами в форме блога интернет-сайт «Информационные технологии в культуре» (<http://infinculture.blogspot.com>).

ЭМО «Информационные технологии в культуре» (как и вся электронная медиасреда в целом) может быть использовано и как средство – источник учебной информации, и как средство – инструмент совместной деятельности преподавателя и студентов в обучении в целях усвоения студентами различных видов коммуникационной деятельности в электронной медиасреде. Данное средство обеспечивает возможности индивидуальной и групповой коммуникационной деятельности с использованием пассивного, интерактивного, комбинированного взаимодействия со студентами.

Рассмотрим пример использования медиасредства обучения «Информационные технологии в культуре» как источника учебных материалов: электронные лекции, описание лабораторных и практических занятий, задания для самостоятельной работы. Эти материалы имеют когнитивный, методологический и аксиологический аспекты:

- тематический план лекционных, семинарских и лабораторных занятий;
- подборки (медиагалереи и медиабibliotheki) проблемных материалов – электронных медиатекстов и коммуникационных ситуаций, предназначенных для анализа;
- изложение методологии анализа электронных медиатекстов и коммуникационных ситуаций;
- материалы, отражающие правовые, нравственные, этические и эстетическо-художественные ценности;
- материалы ориентирующего характера для самостоятельного поиска и усвоения различных видов организационно-коммуникационной и поисково-информационной деятельности в электронной медиасреде;
- мотивационные материалы побуждающего характера.

Далее ЭМО «Информационные технологии в культуре» используется уже не только как источник учебных материалов,

но и как средство консультаций и усвоения содержания обучения. Например, использование как непосредственного объекта изучения с целью:

- организации индивидуальных и коллективных консультаций преподавателя;
- практического изучения методов создания и ведения индивидуального медиапроекта на примере ЭМО «Информационные технологии в культуре».

Ответы преподаватель размещает в качестве нового сообщения в ЭМО «Информационные технологии в культуре».

Следующий пример использования данного ЭМО как средства представления и коллективного обсуждения результатов деятельности:

- представление результатов деятельности студентов в ЭМО «Информационные технологии в культуре» под контролем преподавателя;
- организация коллективного обсуждения результатов деятельности под контролем преподавателя и др.

Обсуждение выполненных заданий организовано в виде опросов и комментариев, которые контролирует преподаватель. Обсуждение созданного студентом медиатекста, содержащего графику, представлено на *рисунке 1*.



Рис. 1. Обсуждение медиапроектов в ЭМО

Практическим результатом изучения блог-платформ является создание веб-квеста социокультурной направленности (Рис. 2)

Древние города Беларуси

В данном блоге собраны сведения о древних городах Беларуси, о знаменитых исторических местах представляющих ценность не только для каждого белоруса, но и для любого туриста.

Главная страница Задание Описание ролей Алгоритмы выполнения работы

Рекомендуемые ресурсы Критерии оценки Заключение Пример выполнения Веб-квеста

Республиканский фестиваль национальных культур

Историю древнего Гродно по кирпичику строили десятки поколений, и каждое оставило в ней что-то свое. Как материальное – то, что можно увидеть и к чему можно прикоснуться, будь то вековая Кожа или королевские замки, так и духовное, что живет в горожане.

Самый красивый замок Беларуси на ваш взгляд

- Мирский замок
- Несвижский замок
- Старый замок в Гродно
- Лицый замок

Анна Просмотреть профиль

Задание

Цель Веб-квеста – систематизировать на одном ресурсе информацию о древних городах Беларуси, описать их главные достопримечательности, привлечь к ним внимание туристов.

Задача участников квеста – определить свою роль и в соответствии с ней рассмотреть историю, достопримечательности и культурную жизнь города (городов) с привлечением предложенных и самостоятельно найденных источников. При выборе роли ориентируйтесь на свои склонности и интересы. Испытайте себя в непривычной ситуации!

Результаты исследования необходимо представить в виде презентации PowerPoint (отправить на почтовый ящик andriy.murzin@mai.by) после

Описание ролей

Историк

Для выполнения данной роли необходимо изучить историю одного города и сделать презентацию его исторического прошлого. Каждый город Беларуси имеет уникальную и интересную историю своего существования, и ваша задача рассказать ее в своей презентации. Выполняя эту роль, вам необходимо ответить на следующие вопросы: почему город назван так, а не иначе; какие значимые исторические события связаны с данным городом; какие знаменитые люди жили и прославили выбранный город и пр.

Экскурсовод

Эта роль позволит представить себя настоящим гидом и профессионалом в своей сфере. Для этого необходимо выбрать места в любимом городе, которые, как вам кажется, необходимо посетить каждому туристу, и рассказать об исторических фактах, связанных с этими местами, в своей презентации.

Культуролог

Рис. 2. Пример созданного студентами веб-квеста

Таким образом, функциональное назначение ЭМО «Информационные технологии в культуре» расширяется на каждом последующем этапе формирования основ медиакультуры будущих культурологов при обучении применению информационных технологий.

Методика построена таким образом, что студенты не только используют предоставленное им ЭМО, но и учатся создавать аналогичные медиасредства, соответствующие их профессиональным интересам. Например, каталогизацию медиagalерей, сайтов музеев, театров, выставок и т. д.; создание опросника, конкурса работ с возможностью их оценки и обсуждения или веб-квеста на основе блог-технологий для работы с населением. Проводя обучение информационным технологиям будущих культурологов на основе электронной медиасреды, мы решаем

несколько новых задач. В процессуальном плане – это знакомство с новыми инструментами электронной медиасреды, которые просты в понимании и использовании, в результативном – повышение эффективности процесса обучения. Все это открывает большие возможности для формирования медиакультуры населения в будущей профессиональной деятельности, методы и средства которого рассмотрены при обучении информационным технологиям.

1. Соколова, И. В. Социальная информатика / И. В. Соколова. – М. : Перспектива. И-во РГСУ, 2008. – 271 с.

2. Жилинская, Т. С. Медиакультура специалиста : суть и структура / Т. С. Жилинская // Культура Беларуси : рэаліі сучаснасці : матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 чэрвеня 2012 г. / рэдкал.: І. І. Крук (гал. рэд.), А. А. Галкін, І. Р. Голубева. – Мінск, 2012. – С. 308–311.

*О. И. Забаиштанская,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка как иностранного*

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ В НАЗВАНИЯХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ

Специфика функционирования русского языка в условиях белорусско-русского билингвизма создаёт условия для инфильтрации языковых элементов на разных уровнях. Объектом данного исследования являются белорусские лексические вкрапления в русскоязычных рекламных текстах. Под термином «вкрапление» мы подразумеваем языковые единицы, которые содержат иносистемные признаки (семантические, морфемные или графические) в окружении единиц данного языка [1]. Нами было проанализировано около 1000 рекламных текстов, содержащих названия гостиниц, туристических комплексов, агроусадеб, ресторанов и кафе, и отобраны те названия, которые являются белорусскими вкраплениями в контексте русскоязычной рекламы.

Как известно, названия туристической и рекреационной инфраструктуры несут сложную функциональную нагрузку, при