

2. Ixtiyoriy $y = f(x)$ funksiyani $y = m$ to'g'ri chiziqqa nisbatan simmetrik ko'chirganda $2m - y = f(x)$ funksiya hosil bo'ladi.

3. Ixtiyoriy $y = f(x)$ funksiyani $x = n$ to'g'ri chiziqqa nisbatan simmetrik ko'chirganda $y = f(2n - x)$ funksiya hosil bo'ladi.

Xulosa: Ixtiyoriy $y = f(x)$ funksiyani $y = x$ to'g'ri chiziqqa nisbatan simmetrik ko'chirganda $x = f(y)$ funksiya hosil bo'lar ekan.

Natija: $y = f(x)$ funksiyani $y = kx + b$ to'g'ri chiziqqa nisbatan simmetrik ko'chirilganda $kx + b = f\left(\frac{y-b}{k}\right)$ funksiya hosil bo'ladi.

Ilmiy rahbar:

Farmonov Sherzodbek Raxmonjonovich.

Марія Антонченко
(Суми, Україна)

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Перспективними напрямками розвитку освіти в Україні є модернізація її структури, змісту й організації на засадах компетентнісного підходу, її інформатизація та вдосконалення інформаційного забезпечення освіти [3]. Успіх цього процесу багато в чому залежить від компетентності педагогів у галузі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Реалії сьогодення є такими, що сформованість інформаційно-цифрової компетенції – важливий показник професійної компетентності та інформаційної культури сучасного педагога, які, у свою чергу, є необхідними чинниками підвищення якості освіти.

Інформаційно-цифрова компетенція є ключовою компетенцією [3, с. 11] учасників освітнього процесу та включає в себе медіаграмотність. У зв'язку з тим, що засоби мас-медіа, які базуються на використанні ІКТ, постійно розвиваються й достатньо швидко поновлюються, то актуальною задачею післядипломної освіти є розвиток медіаграмотності педагогічних працівників на протязі всієї їх професійної діяльності.

Аналіз наукової літератури показує, що проблемами медіаграмотності та медіаосвіти присвячені роботи К. В. Балабанової, О. Т. Барішполець, О. В. Волошенко, О. Є. Голубєвої, В. Ф. Іванова, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдюнової, Г. В. Онкович, В. В. Різуна, І. А. Сахневич, О. К. Янишина та інших.

У 2016 році була прийнята нова редакція Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [2] (далі – Концепція). Головна ідея Концепції полягає в сприянні становленню ефективної системи медіаосвіти в Україні для забезпечення загальної підготовки дітей та молоді до безпечної та ефективної взаємодії з сучасною медіа-системою. А головним призначенням медіаосвіти [5] є формування медіаграмотності, медіакомпетенції та медіакультури учасників освітнього процесу.

Згідно з Концепцією, медіаграмотність визначається як «складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися ІКТ, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують» [2]. Але, на нашу думку, краще її визначити через «рівень медіакультури», так як медіаграмотність і медіакомпетентність є результатом медіаосвіти і відображають саме рівень медіакультури людини. То дамо наступну дефініцію цього поняття.

Медіаграмотність – рівень медіакультури, який передбачає свідоме й критичне сприйняття інформації з різних джерел ЗМІ (засобів масової інформації) та впевнену й безпечну взаємодію з сучасною системою мас-медіа з урахуванням розвитку ІКТ.

До мас-медіа (Mass media), тобто до засобів масової інформації (ЗМІ), відносять як традиційні (друковані видання (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, кіно) так і новітні (Internet, мобільна телефонія) медіа.

Характерною ознакою ЗМІ (мас-медіа) є те, що інформація передається від комунікатора через спеціально створені канали (газети, радіо, телебачення, Internet тощо) масовій аудиторії, розташованій у різних місцях, корпоративне виробництво і розповсюдження інформації (медіапродукту).

У медіаосвітній діяльності педагогам варто звернути увагу на вісім ключових принципів медіаграмотності, які вивів Канадський науковець і президент Канадської асоціації медіаосвітніх організацій Джон Пандженте (John J. Pungente) [6], що дозволяють краще вивчати медіапродукти.

1. Будь-який медіапродукт – це сконструйована реальність. Він відбиває не реальний світ, а деякі суб'єктивні, ретельно відібрані уявлення про нього. Медіаграмотність допомагає руйнувати такі штучно створені конструкції та розуміти принципи їх створення.

2. Медіа конструюють реальність. Саме вони формують більше уявлень про навколишнє середовище та особисте ставлення до того, що відбувається. Ставлення до об'єктів реального світу

формується на основі медіаповідомлень, які, своєю чергою, сконструювали фахівці, що переслідують визначені комунікативні цілі. Медіа певною мірою формують наше відчуття реальності.

3. Отримувачі медіаповідомлення інтерпретують його зміст. Медіа забезпечують свою аудиторію інформацією, на основі якої формується уявлення про реальність. Отримувачі повідомлення інтерпретують та осмислюють, ґрунтуючись на власному досвіді та таких індивідуальних характеристиках, як особисті запити й очікування, актуальні проблеми, сформовані національні та гендерні уявлення, соціальний та культурний досвід тощо.

4. Медіа мають комерційну підтримку. Медіаграмотність дає уявлення про те, що підтримує будь-які медіа з комерційного боку і як комерційний підтекст впливає на зміст медіапродукту, його якість. Створення медіапродукту – це передовсім бізнес, який має давати прибуток. За всяким медіабізнесом стоять конкретні люди зі своїми інтересами, саме останні й визначають зміст того, що дивиться, читає, слухає отримувач медіаповідомлення.

5. Будь-яке медіаповідомлення транслює ідеологію та інформацію про певні цінності. Будь-який медійний продукт – це, в певному сенсі, реклама способу життя та тих чи інших цінностей. Явно чи опосередковано медіа створюють в очах аудиторії уявлення про «гарне», «красиве» життя; формують споживацькі смаки та дають уявлення про загальну ідеологічну позицію.

6. Медіа виконують соціальні та політичні функції. Вони впливають на політичну ситуацію та провокують соціальні зміни. Телебачення впливає на результати виборів. Електорат ґрунтує свої рішення на уявленнях про кандидатів, тобто на сформованому іміджі. Медіа примушують нас задуматися про події, що відбуваються в інших країнах.

7. Зміст повідомлення залежить від виду медіа. Різні медіа передають повідомлення про одну подію, наголошуючи на різних аспектах. Отже, аудиторія має змогу ознайомитися з різними поглядами та сформувати власну позицію.

8. Кожен медіаресурс має власну унікальну естетичну форму. Кожен медіапродукт має бути представлений аудиторії в естетичній формі, що дозволяє, деякою мірою, діставати задоволення від форми та змісту.

Медіаграмотності педагогічних працівників повинна охоплювати наступні рівні, що виділяють науковці О.В. Волошенко, В.Ф. Іванов та В.В. Різун [4]:

- осягнення основних положень (розуміння, що це відбувається не з ним/нею);
- усвідомлювання мови (розпізнавання мовного звучання та ототожнювання значень слів);
- усвідомлювання викладеної інформації (відрізнення вигадки від того, що може бути в реальності, вирізнення реклами тощо);
- розвиток скептицизму (оцінювання можливої брехні в рекламі, чітке розуміння, що подобається, а що ні, вміння побачити смішне в некомічних героях);
- інтенсивний розвиток (потужна мотивація до пошуку конкретної інформації, вироблення чітких наборів інформації, якій надається перевага, високий рівень розуміння корисності отриманої інформації);
- емпіричне вивчення (пошук різних форм подання контенту та переказів, пошук сюрпризів і нових емоційних, моральних реакцій та почуттів);
- критичне оцінювання (сприймання повідомлень такими, якими вони є, й подальше оцінювання у відповідному середовищі, глибоке й детальне розуміння історичного, економічного та художнього контекстів систем, представлених у повідомленні, здатність уловлювати нюанси в поданні інформації та відмінність від форми подання інших повідомлень на цю тему, здатність зробити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення);
- соціальна відповідальність (розуміння, що певні повідомлення позитивніше впливають, ніж інші; усвідомлення, що чиясь власна думка впливає на суспільство, й не важливо, як сильно; визнання, що існують певні способи, завдяки яким особистість може конструктивно вплинути на суспільство) [4].

Враховуючи актуальність розвитку медіаграмотності педагогічних працівників, на кафедрі освітніх та інформаційних технологій Сумського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти було розроблено нову дисципліну «Медіаграмотність учасників освітнього процесу». Мета цієї навчальної дисципліни полягає у формуванні теоретичних засад та практичних навичок застосування сучасних медіа у професійній діяльності педагога. Темі дисципліни: 1. Сучасні тенденції розвитку медіаосвіти. 2. Медіаосвіта для розвитку медіакомпетентності та критичного мислення. 3. Процеси комунікацій в сучасних медіа. 4. Аудіовізуальна грамотність. 5. Internet-медіа.

Слід зазначити, що сучасні електронні мас-медіа (цифрове телебачення, Internet, Internet-телефонія тощо) і відповідні їм медіаресурси та медіапродукти суттєво впливають на формування особистості учня. Це вимагає від педагогів, що використовують електронні медіаресурси у педагогічній діяльності, відповідальності у відборі вмісту медіапродуктів, ретельного планування та чіткого розуміння цілей й завдань використання сучасних мас-медіа в навчальному процесі [1].

Таким чином, ефективне використання мас-медіа педагогічними працівниками забезпечується володінням інформацією про існуючі медіаресурси навчального призначення, умінням ефективно їх використовувати в навчальному процесі, а також вмінням створювати власні медіапродукти, які відповідають цілям та задачам освіти. А розвиток медіаграмотності педагога, як важливої складової його інформаційно-цифрової компетенції, повинен бути цілеспрямованим та постійним.

Література:

1. Антонченко М.О. Медіаосвіта в професійній підготовці вчителя / упор. М.О. Антонченко – Суми: НВВ КЗ СОІППО, 2017. – 82 с.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_no_va_redaktsiya/ (дата звернення 26.10.2018) – Назва з екрана.
3. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8%202016/12/05/konceptsiya.pdf> (дата звернення: 24.10.2018). – Назва з екрана.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред. упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; За наук. ред. В. В. Різуна. – Вид. 2-ге, стереотип. – К.: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.
5. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа (Розділ 4) / Г.В. Онкович, О. К. Янишин, І. А. Сахневич, К. В. Балабанова // Теоретико-методологічні засади інтеграції змісту гуманітарної освіти у вищих навчальних закладах негуманітарного профілю: монографія; За заг. ред. Г.В. Онкович. – К.: Педагогічна думка, 2012. – С. 239–335.
6. Pungente J. J., O'Malley M. More Than Meets the Eye: Watching Television Watching Us. – Toronto: McClelland & Stewart Inc., 1999. – 255 p.

Вікторія Атрошенко
(Дніпро, Україна)

ФОРМУВАННЯ АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ НА ЗАСАДАХ ПЕДАГОГІЧНОГО КОУЧИНГУ

Постановка проблеми. Формування у майбутніх фахівців аналітично-інформаційної компетентності є необхідним компонентом процесу підготовки студентів до вирішення різноманітних навчальних, а згодом і виробничих завдань; йдеться про значення аналітичної компетенції в структурі професійної підготовки студентів.

Проблема формування у майбутніх фахівців аналітично-інформаційної компетентності зумовлена підвищенням ролі інформації в інформаційному суспільстві та професійно-педагогічній діяльності всіх суб'єктів освітнього процесу у закладах вищої освіти, впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій, що стали необхідним методичним атрибутом професійно-педагогічної діяльності всіх суб'єктів.

Зазначимо, що система професійної підготовки майбутніх фахівців містить процес засвоєння знань і вмінь, якими їм необхідно оволодіти та застосовувати у подальшій практичній діяльності. Застосовувати цю компетентність зможуть лише ті, хто буде мати необхідні знання та вміння орієнтуватися в новому інформаційному просторі, оскільки набуті професійні знання можуть втрачати актуальність та потребувати оновлення шляхом застосування нових підходів до вирішення професійних питань.

Метою статті є аналіз робіт науковців щодо формування аналітично-інформаційної компетентності майбутніх фахівців на засадах педагогічного коучингу, обґрунтування доцільності його використання у підготовці майбутніх фахівців у галузі металургії.

Аналіз останніх досліджень. Праці Л. Астахової, А. Трофименко, Т. Камаєвої присвячені формуванню та розвитку інформаційно-аналітичної компетенції. С. Вдовіна розглядає контрольну-аналітичну компетенцію; В. Кулешова вивчає формування аналітичної компетенції викладачів технічних дисциплін. Проблему формування та розвитку аналітичної компетенції у майбутніх бакалаврів з економіки студіює Н. Задорожна. Інформаційно-аналітичну компетентність майбутніх фахівців вивчає В. Омельченко.

Технологія коучингу досліджується здебільшого зарубіжними науковцями, зокрема: Аткинсон Мэрилін, Голви У., Дауни М., Лаурою Уитворт, С. Дугласом, О'Коннор Дж., Уйтмором Дж. та ін. Серед вітчизняних науковців дослідженням коучингу займаються Т. Борова, В. Зеленін, А. Ківшик, О. Тіщук та ін.

Основний виклад матеріалу. У закладах вищої освіти у процесі вивчення фахових дисциплін викладачу необхідно формувати у студентів готовність до майбутньої професійної роботи, активізувати мотивацію навчально-пізнавальної діяльності, розвивати особистісні якості та самостійне критичне мислення. При цьому майбутні фахівці повинні усвідомити, що це вимагає не лише ретельної підготовки і постійного аналізу власної діяльності, але й готовності до неперервного навчання, удосконалення упродовж усієї професійної діяльності.

У сучасних умовах інноваційного розвитку професійної освіти впровадження педагогічних й інформаційних технологій є одним з важливих завдань викладача. В свою чергу модернізація професійної освіти потребує постійного моніторингу професійної діяльності, оцінювання і самооцінювання викладачами результатів власної педагогічної праці, що значною мірою показує рівень їх професійної компетентності і пропонує шляхи підвищення.

У контексті зростання інтересу до наведених проблем, розгляд педагогічного коучингу, як технології розвитку професійної компетентності педагога, набуває актуальності та значущості.