

ЄВРОПЕЙСЬКА МЕДІАОСВІТА ТА ВЛАСНИЙ ОСВІТНЬО- НАУКОВИЙ ДОСВІД ВИКЛАДАЧІВ ЗВО У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Гринюк Д. Ю.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Степанець І. О.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Борисова О. В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Широкий доступ до значних обсягів інформації в умовах зростання відкритості світової економіки та демократизації багатьох сфер суспільного життя висуває в ранг актуальних питань медіаграмотності населення різних типів країн світу. Медіаосвіта здобуває нові сенси не лише у державах «транзитивної» економіки, а й у високоорганізованих суспільствах. У документах Ради Європи «медіаосвіта (media education) визначається як навчання, метою якого є розвиток медіакомпетентності, під якою розуміють критичне та вдумливе ставлення до медіа з метою виховання відповідальних громадян, які здатні висловлювати власну думку на основі отриманої інформації. Це надає їм можливість використовувати необхідну інформацію, аналізувати її, ідентифікувати економічні, політичні, соціальні чи культурні інтереси, пов'язані з цією інформацією». Відтак, медіаосвіта має сприяти навчанню студентів інтерпретувати з власними науково-практичними результатами та створювати повідомлення, прес-релізи, сторітелінги щодо туристичного профілю територій, обираючи при цьому оптимальні для комунікації інструменти у сфері медіа. Медіаосвіта за умов існування вільного демократичного суспільства та творчого молодого покоління дає можливість реалізувати власне право на свободу самовираження та свободу інформації. Це, в свою чергу, не лише «сприяє особистісному розвитку, а й збільшує соціальну участь та інтерактивність» [1; 5].

Серед решти документів, що засвідчують потребу у медіаграмотності, зокрема, положення Європейської Комісії, це «Резолюція Ради про стратегічні рамки для європейського співробітництва в галузі освіти та підготовки до Європейського

освітнього простору та за його межами) (2021–2030), що визначає конкретні питання та дії у сфері якості, справедливості, інклюзії та успіху в освіті, які включають посилення критичного мислення, цифрової та медіаграмотності».

Теоретичні аспекти та методологічні засади медіаосвіти є найкращим чином дослідженими, перш за все, зарубіжними науковцями та практиками, зокрема: К. Безелгет, (С. Bazalgette), С. Коммер (S. Kommer), Р. К'юбі (R. Kubey), Р. Хобс (R. Hobbs), Г. Дженкінс (H. Jenkins), Л. Мастерман (L. Masterman), Дж. Поттер (J. Potter), Е. Харт (A. Hart), С. Файлітзен (C. Failitzen) та ін. Деяко пізніше підходи до аналізу основних медіаосвітніх теорій і моделей були зроблені в працях Ж. Гонне (J. Gonnet), Л. Жіру (L. Giroux), Ж. Пьетта (J. Piette) [2; 3].

У підготовці фахівців індустрії туризму необхідно розвивати медіаосвіту як частину концепції навчання протягом життя людини. «Моделі медіаосвіти зазвичай можуть включати такі основні етапи, як: 1) констатація рівнів розвитку і сприйняття творів медіакультури в даній аудиторії; оволодіння слухачами креативними вміннями на матеріалах медіа і формування повноцінного сприйняття медіатекстів з урахуванням різноманітних видів і жанрів, зв'язків із різними мистецтвами тощо; 2) розвиток умінь аналізу медіатекстів; 3) знайомство з основними віхами історії медіакультури, із сучасною соціокультурною ситуацією» [2, с. 23]. Зазначені етапи є важливими у формуванні медіаграмотності й медіакомпетентності у здобувачів вищої освіти. Сучасні медіаосвітні моделі орієнтуються на максимальне використання потенційних можливостей медіаосвіти в залежності від поставлених цілей і завдань; їм притаманні варіативність, можливість цілісного або фрагментарного впровадження в освітній процес [3; 4; 6].

Формування медіаграмотності є важливим показником особистісних скілів викладачів закладів вищої освіти та педагогів різних напрямів фахової спеціалізації. Такі критерії педагога є максимально важливими в системі підготовки фахівців індустрії туризму. Особлива відповідність вимогам сучасного медійного суспільства є абсолютно необхідним інструментарієм не лише з метою набуття знань у сфері туризму в умовах сучасних викликів, а й задля усвідомленого розуміння єдності інформаційного суспільства та поінформованості його всупереч існуванню світу фейків. Сучасні потреби підготовки фахівців-туризмологів вимагають формування алгоритму інформаційного поля з

використанням значної кількості медіа-ресурсів, відео- фото- матеріалів, рекламних роликів, тематичних матеріалів різноманітних міжнародних івентів, презентацій, круглих столів, конференцій, наукових тематичних платформ, соціальних мереж тощо. Стає внагоді здатність швидко орієнтуватися в різних просторах інформаційної педагогічної діяльності завдяки самовдосконаленню та постійному навчанню, адже тренд «навчання протягом життя» в рівній мірі поширюється як на викладачів закладів вищої освіти, так і на слухачів – студентів бакалаврату, магістратури, що мають формувати пріоритети у власній освіті. Сучасні виклики та загрози воєнного часу значно підсилюють здатність адекватно оцінювати власну медіаграмотність, вирізняти правдиву незаангажовану інформацію від фейків, враховуючи при цьому прийоми інформаційної безпеки. Специфіка підготовки фахівців індустрії туризму зобов'язує в умовах сьогодення особливо прискіпливо ставитися до власної медіаграмотності, адже йдеться про інформацію, що популяризує, у першу чергу, власну державу, її традиції, культуру, місцевий різноманітний потенціал територій, її здатність до збереження місцевого менталітету, славетної історії розвитку, персоніфікації тощо. Ще один важливий аспект – це краєзнавчі розвідки. Нажаль, саме зараз, ми маємо через втрати у війні, через агресію росії в Україні заново переоцінити важливість краєзнавчих досліджень та розвідок в межах різних територій України з метою повернення історичної правди українського народу, що споконвічно має виборювати свою свободу та право на існування. За таких реалій краєзнавча наукова робота, тематичні навчальні цикли краєзнавчих розвідок, реалізованих у навчальному процесі під час проведення практичних занять, навчальних тематичних практик має особливу цінність.

Здатність до медіатворчості на основі власного досвіду, що відкриває можливості для оновлення змісту та методів навчання є особливо креативною та завжди буде оціненою тим середовищем слухачів, на яке спрямовано. В цьому контексті є бажання та можливість презентувати конкретний приклад співпраці викладачів-туризмологів закладів вищої освіти (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, кафедра країнознавства та туризму; Київський національний університет технологій та дизайну, кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу), у проведенні наукових краєзнавчих

розвідок з метою створення спільного продукту – навчально-методичного посібника, присвяченого краєзнавчому дослідженню території з метою її подальшого брендуння та промоції у сфері гостинності та туризму. Це навчально-методичний посібник «Туристичне краєзнавство: Гадяч та його околиці» у створенні якого прийняли участь кандидатки географічних наук, Гринюк Діана, Степанець Інна, Борисова Оксана. На **першому етапі** (весна-літо 2022) авторкам вдалось дослідити історичні, соціально-географічні передумови та краєзнавчі особливості розвитку міста Гадяч, Гадяцького краю, що на Полтавщині. Результати дослідження лягли в основу визначення напрямів туристичної діяльності, що розвивається або має бути розвинута на території Гадяцького краю, про що йдеться у роботі. Електронний ресурс презентує зміст навчально-методичного посібника, з яким пропонуємо ознайомитись: <https://geo.knu.ua/wp-content/uploads/2022/06/posibnyk-turystychno-kraeznavstvo-gadyach-ta-jogo-okolyczi-2022.pdf>.

На **другому етапі** (листопад 2022), згодом, авторам вдалося реалізувати ідею щодо створення відео-ролику, який презентує даний навчально-методичний посібник та розповідає студентам і всім охочим, про що йдеться. Таким чином, формуються додаткові інструменти, що заохочують студентів до більш детального тематичного ознайомлення з працею, її окремими темами, долучення матеріалів до навчального процесу та до підвищення рівня зацікавлення відео-роботою. На **третьому етапі** співпраці викладачів-співавторів було вирішено прийняти участь у проєкті, анонсованому Офісом підтримки вченого та МОН України – «Книга від вченого». Відповідно, промо-ролик та навчально-методичний посібник було схвалено, відібрано та розміщено на тематичній платформі <https://fb.watch/kyj3Vi8Sfd/> (березень 2023). Як результат, колективну працю та презентаційний ролик мають змогу побачити у соціальних мережах значно більша кількість зацікавленої аудиторії. Є питання, в чому корисність? Відповідаємо: **по-перше**, поєднання «друкованого слова» та «візуального ряду» посилює інтерес та сприяє розширенню зацікавленої аудиторії; **по-друге**, робота пронизана любов'ю до Малої Батьківщини та покликана відродити інтерес до різних куточків нашої України, від великого міста до маленького селища у кожного свідомого українця (а «несвідомого» зробити свідомим); **по-третє**, країнознавчий аспект досліджень для сучасного туризмолога є надзвичайно

актуальним та вчить розвивати в собі необхідні у професії скіли туризмолога-інтерпретатора, гіда-екскурсовода, туристичного менеджера; **по-четверте**, такі дослідження можуть бути продовжені зацікавленими туризмологами, а робота може бути масштабована на різні куточки нашої держави з метою більш ретельного їх вивчення, опису туристичних реалій і перспектив та брендингу територій. В умовах воєнного часу туристична діяльність не припиняється, успішно розвиваються нові види туризму, зокрема, ностальгійний, солідарний, меморіальний, воєнний, волонтерський тощо. Війна неодмінно закінчиться нашою перемогою, а українцям, особливо, молодому поколінню, треба вже зараз, під час навчання, усвідомлювати свою корисність для майбутнього нашої держави, відроджувати правдиву історію, популяризувати різні території та брендувати різноманітними інструментами туризму для українців та іноземців. Критичне мислення визначається як компетентність навчатися заради навчання, що передбачає оцінювання інформації та аргументів для підтвердження обґрунтованих висновків та прийняття інноваційних рішень. Медіаосвіта та медіаграмотність у такому складному процесі відновлення та перезапуску економіки нашої держави в цілому та туристичної індустрії, зокрема, мають відіграти важливу роль вже нині, сприяти посиленню освітньо-інформаційного простору в умовах вільного демократичного світу.

Література:

1. Council Resolution on a strategic framework for European cooperation in education and training towards the European Education Area and beyond (2021–2030). 2021. Brussels. 44 p.
2. Биндас О.М. Сутність медіаосвітніх моделей провідних країн Європи. *Освіта та педагогічна наука*. 2020. № 3 (175). С. 20–30.
3. Ішутіна О.Є. Європейський контекст упровадження медіаосвіти. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Педагогіка. Соціальна робота»*. 2022. Вип. 1 (50). 113–115.
4. European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129 (INI)). *European Parliament*. URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN> (дата звернення: 16.04.2023).
5. Sala A., Punie Y., Garkov V., Cabrera Giraldez M. LifeComp : The European Framework for Personal, Social and Learning to Learn Key Competence. *EUR 30246 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg*. 2020. DOI: 10.2760/302967.
6. Digital Education Action Plan (2021–2027). European Education Area. 2021. URL: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital/education-action-plan> (дата звернення: 16.04.2023).