

УДК 378.147:316.77

DOI: 10.32342/2522-4115-2024-1-27-11

З.С. ДУБОВИЙ,

*кандидат педагогічних наук,
викладач кафедри вокально-хорової підготовки,
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса)*

О.Й. ЛАКОМОВА,

*кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри географії та методики її навчання,
Криворізького державного педагогічного університету (м. Кривий Ріг)*

КОНТЕКСТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ» БАКАЛАВРАМИ ПЕДАГОГІЧНИХ ВИШІВ (СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ГЕОГРАФІЯ» І «МУЗИЧНЕ МИСТЕЦТВО»)

У статті розкрито основні засади контекстуального підходу у вивченні вибіркової дисципліни «Теорія масової комунікації» в педагогічних вишах. Установлено, що вивчення загальноуніверситетських вибіркової дисципліни апелює до міждисциплінарності в тематичній кореляції, з одного боку, розроблення системи ситуативних завдань, які сприяють удосконаленню фахової підготовки здобувачів за спеціальностями «Географія», «Музичне мистецтво».

Обґрунтовано, що контекстний підхід орієнтований на викладання матеріалу на основі методологічних засад, теоретичних галузевих знань, форм діяльності. Контекст у вивченні навчальних дисциплін полягає в перетворенні дидактичного матеріалу, де об'єктивні смисли і значення галузевих знань перетворюються на особистий досвід майбутнього педагога.

Інтегральна платформа дозволяє проектувати ситуативні завдання, у результаті розв'язання яких поєднуються навчальний і навчально-професійний досвід.

Ситуативні завдання, створені на основі контекстуального підходу до вивчення дисципліни «Теорія масової комунікації», побудовано з урахуванням фахової підготовки здобувачів вищих педагогічних закладів за окресленими спеціальностями («Географія», «Музичне мистецтво»).

Дидактично оброблена галузь масової комунікації як загальноуніверситетської дисципліни охоплює тематичні блоки «Основи масової комунікації», «Художньо-естетичні параметри масової комунікації», «Соціологічні та психологічні виміри масової комунікації», «Масова комунікація в умовах цифровізації суспільства».

Діахронний розгляд становлення масових комунікацій дозволяє встановити культурно-історичні чинники становлення шляхів трансляції каналів, спрямованих на контингент отримувачів того чи того знання. Звернення до діахронного розгляду масмедійної інформації значною мірою розширює уявлення про її сутність, процеси трансляції інформації в межах моделей масової комунікації.

Окреслено, що соціальні та психологічні аспекти масової комунікації визначають мовну поведінку професійних комунікаторів. Таку специфічну особливість узято за основу в розробленні ситуативних завдань для комунікаторів – майбутніх географів і музикантів. Підготовлені завдання за змістом корелювали з нормативними дисциплінами, вивчуваними на етапі професійної підготовки.

Доведено, що вивчення вибіркової дисципліни «Теорія масової комунікації» на основі контекстного підходу сприяє виробленню фахових компетентностей педагогів, які транслюють галузеву інформацію в умовах інформаційного освітнього середовища.

Ключові слова: *контекстуальний підхід, ситуативні завдання, вибіркова дисципліна, масова комунікація, художньо-естетична культура, медіакультура, культура професійного мовлення, здобувачі педагогічних вишів.*

© З.С. Дубовий, О.Й. Лакомова, 2024

Постановка проблеми. Динаміка в розвитку масової комунікації здійснює вплив не лише на те, у який спосіб продукуються тексти задля подальшого транслявання інформації учасникам процесу спілкування. Масова комунікація нині є потужним інструментом, який забезпечує активний обмін знаннями тієї чи тієї галузі, з одного боку; може стати інструментом впливу, формувати суспільну думку на основі різного виду маніпуляцій, – з іншого. У вивченні вибіркової загальноуніверситетської дисципліни «Теорія масової комунікації» майбутні педагоги оволодівають знаннями законів мови як суспільного явища (вияв контактної, інформаційної, пізнавальної функцій у спілкуванні й комунікації), усвідомлюючи специфіку професійної діяльності, використовують моделі масової комунікації, моделюють потоки галузевої інформації задля транслявання комунікантам, демонструють культуру споживання масової інформації, розмежовують параметри наукових, художніх (гуманітарний напрям) і медіатекстів при аналізі інформаційних потоків, стосовних предметної галузі. Контекстуальний підхід до вивчення вибіркової дисципліни «Теорія масової комунікації» бакалаврами педагогічних вишів (спеціальність «Географія», «Музичне мистецтво») спрямований на вироблення системи ситуативних завдань, що дозволяє подолати суперечність у професійній підготовці здобувачів вищої педагогічної освіти, яка полягає в надмірній інформаційній надмірності й необхідності об'єктивного наукового пошуку, активного навчального дискурсу в підготовці майбутніх педагогів.

Аналіз останніх досліджень. Науковці, досліджуючи поняття сутності масової комунікації, її історичного поступу, теорій масових комунікацій, детермінованих культурно-історичним і соціально-економічним розвитком цивілізації, на сучасному етапі вибудували струнку архітектоніку масової комунікації як процесу, визначили типи комунікантів, окреслили вплив науково-технологічних трансформацій на розвій стратегій у медіапросторі [В.В. Березенко, 2015, с. 56–58; Н.Б. Мантуло, с. 128–132; Г. Почепцов, 2014, с. 58–60; В.В. Різун, 2008, с. 202–204].

В умовах глобалізації, поширення масової культури, активізації комунікативної кампанії у сфері публік рилейшнз дослідники визначають дескриптори хибної / правдивої інформації, мистецької / масової культури в сучасному медіадискурсі [В. В. Березенко, Н.Д. Санакоєва, К.С. Лаковський, 2021, с. 56–59, В.В. Березовець, В.М. Манакін, 2015, с. 15–19; К. Родик, 2019, с. 235–238].

Вивчення теорії масової комунікації в освітньому дискурсі визначають педагоги як умову вироблення медіаграмотності майбутніх фахівців, застосування контекстуального підходу сприяє виробленню умінь опрацювати галузеву інформацію, транслявати її в медіапросторі як професійний комунікатор [Т.А. Карпенко, О.Й. Лаконова, Д.В. Шиян, 2023; І.В. Малафіїк, 2009, с. 29–35; М.М. Фіцула, 2006, с. 34–38].

Метою статті є обґрунтування ефективності застосування контекстуального підходу до вивчення вибіркової дисципліни «Теорія масової комунікації» бакалаврами педагогічних вишів (спеціальності «Географія» і «Музичне мистецтво»); розроблення ситуативних завдань, спрямованих на вироблення медіаграмотності, умінь кодифікувати, формувати інформаційні галузеві блоки задля трансляції в освітньому й медіапросторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Контекстний підхід орієнтований на методологічні, теоретичні і прикладні знання про науки та дидактичний супровід є динамічним, оскільки залежить від освітніх запитів здобувачів та індивідуальної освітньої траєкторії, а також вироблення культури самостійного опрацювання галузевої інформації. У застосуванні контекстуального підходу ситуативні завдання надають змогу опанувати різні форми професійної діяльності, а інтегральна платформа побудови таких завдань вможливує застосування досвіду пізнання тієї чи тієї суголосної дисципліни у вивченні вибіркової [Т.А. Карпенко, О.Й. Лаконова, Д.В. Шиян, 2023].

У вивченні навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації», яка є вибірковою для бакалаврів – майбутніх учителів географії та учителів музичного мистецтва, важливим є врахування напряму предметної підготовки, з одного боку, урахування індивідуальної освітньої стратегії, з іншого. Вибіркова дисципліна, яку вивчають здобувачі різних спеціальностей, охоплює тематику, яка на лекційних заняттях розглядається в загальних дидактичних аспектах, наприклад, тематичний блок «Основи масової комунікації» розширює уяв-

лення здобувачів щодо сутності масових комунікацій, діахронний аспект розвитку комунікаційних процесів; теорії масових комунікацій; моделі масової комунікації.

Діахронний розгляд розвитку масової комунікації у структурі людської цивілізації уможлиблює дослідження через розроблення культурних і релігійних кодів, вивчення міри їх впливу на сучасну архітектоніку масової комунікації. Ситуативне завдання для бакалаврів – майбутніх учителів музичного мистецтва – рекомендовано побудувати на діахронних зіставленнях культурного коду, зокрема, семіотика української народної пісні «Щедрик» в обробленні композитора Миколи Леонтовича (1877-1921), яка набула світового визнання як культурно-історичне й художньо-естетичне надбання українського народу, засвідчує глибинний лінгвокультурний код.

Завдання. Ознайомитися з текстом української народної пісні «Щедрик». Розробити інтонаційний малюнок. Зіставити інтонаційний малюнок із композиторським вирішенням хору «Щедрик». Викласти лінгвокультурний код пісні «Щедрик» шляхом аналізу ключових слів. Обґрунтувати позицію, звернувшись до історії складання календарно-обрядових пісень в українській культурі. Дослідити, звернувшись до тлумачного словника української мови, які додаткові значення реалізують лексеми й усталені поєднання «щедрий вечір», «добрий господар» у сучасній міжкультурній комунікації.

Завдання. Дослідіть сучасні оброблення народних пісень. Яку інформацію, на вашу думку, транслюють музично-художні образи? Проаналізуйте матеріал й обґрунтуйте думку про співвідносність художньо-естетичного виміру творів народної культури (*vox populi*), їх інтерпретацій за критеріями культурних індустрій (системи сортування й комбінування, цифрові технології); оприявлення текстів на рівні індивідуальних і суспільних апеляцій у популярній культурі.

У межах професійного напрямку підготовки географів задля розроблення культурно-історичного коду рекомендовано запропонувати спостереження над структурно-семантичними особливостями гідронімів (назви водних об'єктів) і топонімів (назви територіальних об'єктів).

Завдання. Ознайомтеся з фрагментами художніх текстів, які містять назви географічних об'єктів (гідроніми *Десна, Дніпро, Дністер, Дунай, Рось, Тиса, Черемош* та ін.; міста *Богуслав, Борислав, Житомир, Київ* та ін.). Викладіть узаємозв'язок історичної й соціальної пам'яті у формуванні менталітету нації; окресліть шляхи масовокомунікаційного впливу у використанні символів.

Особливістю розроблення культурно-історичного коду під час розв'язання студентами пропонованого ситуативного завдання буде занурення в історію виникнення назв, виокремлення інформації, яку транслює та чи та назва. Географи, здійснюючи етимологічний аналіз географічних об'єктів, визначають міру інформаційності, які містять номінації, класифікують, яким каналом комунікації транслювано цей вид інформації; прогнозують шляхи, через які можна транслювати інформацію в сучасному полікультурному просторі. Прикладом може слугувати обговорення зміни назв (перейменування) міст і вулиць відповідно до переліку топоніміки міст. Географи обґрунтовують мотивацію перейменування, ілюструючи прикладами; виявляють семіотичний склад мовних одиниць.

Робота з символами в сучасному медіапросторі може бути представленою через повернення уваги в Україні до екологічних проблем шляхом поєднання в медіаповідомленні («Мирний атом»; «Атом і природа», «Чорнобильська Мадонна») прецедентних назв *Десна, Прип'ять, Чорнобиль*.

Завдання. Подати аналітичну довідку, яка б містила інформацію про екологічний стан річок Дніпро, Дністер, Десна через агресивне промислове втручання. Додатково простежити через роботу з діаграмою міру інтенсивності в забрудненні (хімічний склад) гідросфери України.

Здійснити аналітику, що охоплювала б дані про кількість очисних споруд, порівняти динаміку у збільшенні їх кількості й міри ефективності (наприклад, до 2000 р.) в Україні діяло понад 10 000 (десять тисяч) очисних споруд). Описати на рівні повідомлення освітнього напрямку про функційність очисних споруд та їх роль у розв'язанні екологічної проблеми гідробасейну України.

На етапі обговорення результатів дослідження викладач може промодельовувати далі навчальний і дослідницький пошук бакалаврів через апеляцію до соціальної реклами.

Завдання. Як може географ привернути увагу до екологічних проблем гідросфери України в медійному просторі (наприклад, розроблення схеми, підготовка фоторепортажу, науково-популярного / культурно-історичного нарису; інтерв'ювання в рамках промислово-економічного дискурсу).

Звернення до екологічних проблем гідросфери України безпосередньо стосується якості питної води. Географи на карті позначають найбільш забруднені сегменти гідро простору, вказують причини забруднення (промислові викиди), вивчають ситуацію правового регулювання дотримання умов якості питної води.

Проблемне питання для географів пропонували таке: з'ясувати предмет політичних та економічних спекуляцій у сучасних масмедіа стосовно запасів прісних вод і забезпечення водопостачання населенню. Надати матеріали для медіанарису в новинах з метою формування громадської думки щодо а) екологічного стану гідросфери; б) джерел забруднення гідросфери; в) шляхів подолання суперечності між розвитком промисловості й забруднення водного простору України / регіонів.

Завдання. Які б відеозаписи ви надали як географ у розробленні соціальної реклами, спрямованої на вироблення екологічної відповідальності населення (не засмічення побутовим сміттям вулиць, екологічна пильність щодо тих, хто порушує правила екологічної поведінки, розроблення опитування онлайн громадськості задля виявлення рівня усвідомлення екологічної проблеми засмічення побутовими відходами).

У межах громадської ініціативи майбутні учителі географії й учителі музичного мистецтва розробляють сценарій міського конкурсу для молоді «Космічний корабель «Земля», метою якого є звернення уваги громадськості до екологічного стану довкілля. Проект передбачав такі секції: 1) фоторепортажі / окремі фото; 2) розроблення гасел; 3) створення виставки паралельного проєктування (проєктування тривимірних об'єктів (сміття) на площину); 4) розроблення дизайну місць відпочинку на прибудинкових територіях.

Майбутні вчителі музичного мистецтва, моделюючи формат соціальної реклами, добирають музичний супровід або презентують авторську композицію; створюють відео- й аудіонарис наслідків агресивного промислового втручання; формують теку цитат українських і зарубіжних публіцистів, письменників, громадських діячів, які сприйматимуться прецедентними в медіапросторі.

У вивченні прикладних моделей комунікації майбутні педагоги ознайомлюються з особливостями моделювання рекламної, ділової, релігійної, освітньої комунікації. Ситуативні завдання для географів рекомендовано розробляти з урахуванням суміжних дисциплін. Міждисциплінарне подання вможлиблює не лише використання досвіду вивчення іншої дисципліни, але також уведення завдань проблемного характеру, розв'язання яких потребує актуалізації знань із різних дисциплін. Здобувачі у розв'язанні таких завдань успішно застосовують алгоритми, спільні для аналізу, класифікації, виокремлення тих чи тих рис об'єкта, явища, процесу.

Завдання. Дібрати інформацію про географічні об'єкти в Україні, до яких ви рекомендували б прокласти логістичний маршрут задля туристичної подорожі співвітчизників й іноземних туристів.

Обґрунтувати доцільність туристичного маршруту, підготувати рекламний текст інформативного змісту (до 100 слів) для оприлюднення на сайті турагенства (врахувати канали інформування для різних категорій населення). До тексту укласти фото колаж (до 10 фотоілюстрацій); варіативним може бути віртуалізація туристичного маршруту із застосуванням анімаційних / кінематографічних засобів.

У виконанні цього завдання методично ефективним буде спільне виконання як проєкту майбутніх учителів географії й учителів музичного мистецтва. Зокрема, музиканти добирають музичний супровід, обґрунтовують, яку стратегію медіакомунікації пропонують.

Завдання. Розробити анкету задля з'ясування рівня сформованості екологічної культури населення міста / регіону.

Географи актуалізують знання з економічної й соціальної географії; звертаючись до вітчизняного й зарубіжного досвіду, визначають шляхи подолання суперечності в необхід-

ності подальшого промислового прогресу й екологічного дисбалансу в результаті промислової діяльності. За результатами обговорення дійшли таких оптимальних шляхів вирішення екологічної проблеми в промисловому регіоні, як-от:

- віднайдення шляхів утілення практично-перетворювальної діяльності задля забезпечення базових потреб регіону і країни загалом, збереження екобалансу;
- прогнозування можливих негативних наслідків ресурсно-споживчої діяльності, розроблення стратегії їх подолання;
- відповідно до вітчизняних і міжнародних екологічних стандартів розроблення правової платформи задля їх послідовного втілення;
- залучення фахівців інженерних спеціальностей задля розроблення й послідовного впровадження інноваційних цифрових технологій задля досягнення раціонального використання корисних копалин;
- розроблення проєктів екологічного спрямування з метою формування екологічної культури громадськості, уводити до змісту проєктів освітній компонент задля висвітлення об'єктивної інформації про сутність екологічних проблем;
- укладання текстів освітнього напрямку задля оприлюднення в медіапросторі з метою формування екологічного мислення молоді.

Розглядаючи поняття мас, вивчаючи зміст масового впливу на рівень художнього сприйняття, викладач наголошує на розмежуванні аксіологічних й естетичних координат твору мистецтва і твору медіа. Герменевтика твору музичного мистецтва апелює до встановлення художньо-естетичних координат; спостереження над мовною матерією твору виокремлюється насамперед морально-етичний дискурс, оскільки ціннісні орієнтації набувають статусу внутрішньої потреби за умови здійснення власного екзистенційного пошуку, вироблення емоційного інтелекту, окреслення поведінкових патернів особистісного визначення життєвого шляху [Г. Почепцов, 2014].

У вивченні гуманітарної дисципліни дидактичний супровід має апелювати до основних засад художньо-естетичного й екзистенційного пошуку, оскільки вплив інформаційних технологій, полісемантичної інформації, оприявленої в гіперпросторі, може мати маніпулятивний, обмежувальний, спрощений характер, що призводить до негативного впливу на ментальність.

Масова культура реконструює реальність, що призводить до вільної інтерпретації вихідного тексту мистецтва, музично-художнього образу, має місце створення штучного образу у віртуальній дійсності. Такий образ може суттєво різнитися від визначених аксіологічних й естетичних координат залежно від художнього напрямку й жанристички, оскільки у масовій культурі образотворення корелює із запитами мас, що суттєво знижує вимогу до докладання значних зусиль задля герменевтики знакового й семантичного коду, закладеного до змісту класичного художнього образу [Н.Б. Мантуло, 2012].

Завдання. Укласти таблицю аксіологічних характеристик музичних творів, визначити критерії, за якими твір можна віднести до твору мистецтва, а який становить продукт масової культури.

Здійснюючи герменевтичний аналіз продукту масової культури і твору мистецтва, здобувачі доходять висновку про те, що робота з віднайдення смислів, аксіологічних та художньо-естетичних рішень є складною працею, що передбачає напруження мисленевих зусиль й актуалізацію чуттєво-естетичного досвіду, тоді як продукт масової культури презентує спрощений за змістом і формою образ, що призводить до певної міри девальвації здібностей мас аналізувати інформацію, самостійно шукати відповіді на екзистенційні питання, у пошукові проблем людства тощо через художні образи. Сучасне інформаційне суспільство в подальшому поступі провідною визначає роль інформації, водночас варто зауважувати деструктивний вплив спрощеної художньої форми (за критерієм широкого розуміння і такої, що не потребує зусиль у її герменевтиці) в медіапросторі.

Трансляція галузевої інформації в освітньому й медіапросторі різниться за змістом, який формують залежно від підготовленості аудиторії, освітньої, інформаційно-ознайомлювальної, прагматичної настанов. Закономірно, у вивченні вибіркової дисципліни «Теорія масової комунікації» належну увагу приділено розгляду типів кому-

нікантів у масовій комунікації, розмежування понять «професійного» і «непрофесійного мовців». Здобувачі педагогічних вишів розглядають на прикладах відмінності професійного і непрофесійного мовлення, класифікують фактологічні, мовні й логічні помилки у викладі галузевого текстового матеріалу (освітній / медіадискурс), визначають стильову відповідність, доречність обраної стильової оповіді, жанрову специфіку.

Успішна комунікація професійного мовця [М. Яцимирська, 2020, с. 179–182] безпосередньо пов'язана з рівнем термінологічної грамотності, оскільки трансльована галузева інформація має відповідати низці критеріїв, як-от: науковість, фактологічність, термінологічна точність. Ситуативні завдання з вироблення культури наукової мови майбутніх педагогів сприятимуть подальшій їх успішності при продукуванні текстів, у ситуації виконання соціальної ролі комуніканта.

Завдання. Укласти авторський словник (обсягом до 25 термінів), тематику обрати самостійно (за вибором). Подати етимологічний календар, синонімічний ланцюжок за такою моделлю: іншомовний термін – український термін; синоніми відповідно до контекстуального вживання.

Завдання. Доберіть у медіапросторі текст реклами (комерційної, релігійної, соціальної, політичної – за вибором). Відредагуйте текст, скласифікуйте фактологічні, мовні й логічні помилки. Визначте прагматику рекламного тексту. У комерційній і політичній рекламах визначте, які маніпуляції застосовано.

Робота з фаховим текстом, продукування фахового повідомлення в медіапросторі шляхом оброблення й аналізу галузевої інформації визначає культуру спілкування майбутнього спеціаліста.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розвідок. У вивченні загальноуніверситетської вибіркової дисципліни «Теорія масової комунікації» бакалаври педагогічних вишів за спеціальностями «Географія», «Музичне мистецтво» за контекстного підходу набувають знань про теорії й канали комунікації, умінь продукувати власні тексти залежно від простору поширення (освітній / медіапростір); ознайомлюються з правилами побудови тексту залежно від соціальної ситуації, соціальної ролі й типу комунікантів.

Практика застосування ситуативних завдань засвідчила, що вивчення питання семіотики масової комунікації доцільно розглядати на рівні моделювання культурних кодів (географічні назви, музичні й художні твори містять культурно-історичну інформацію, яка актуалізована в освітньому дискурсі на етапі трансляції галузевих знань). Ситуативні завдання, метою яких є трансляція галузевої інформації на рівні професійного комунікатора (вияв культури мови), апелюють до проведення прес-конференцій як різновиду комунікації, побудови власного іміджу фахівця. Позитивним є досвід роботи здобувачів із рекламним матеріалом з урахуванням професійного напрямку підготовки.

Список використаної літератури

Березенко, В.В., Санакоєва, Н.Д., Лаковський, К.С. (2021). *Реклама в умовах діджиталізації: українські реалії*. Запоріжжя: Запорізь. нац. ун-т.

Бутиріна, М.В. (2020). Популяризація науки в Україні: мас-медійні тренди. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*, 17. Відновлено з <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16524>

Карпенко, Т.А., Лакомова, О.Й., Шиян, Д.В. (2023). Методика організації контекстного навчання майбутніх учителів географії. *Alfred Nobel University Journal of Pedagogy and Psychology*, 2 (26), 60–69. doi: 10.32342/2522-4115-2023-2-26-7

Малафійк, І.В. (2009). *Дидактика*. Київ: Кондор.

Манакін, В.М. (Ред.). (2015). *PR як сфера наукового знання*. Запоріжжя: ЗНУ.

Мантуло, Н.Б. (Ред.). (2012). *Паблік рилейшнз: текст і комунікація*. Запоріжжя: Класичний приватний університет.

Партико, З.В. (2018). *Теорія масової інформації та комунікації*. Львів: Видавнича фірма «Афіша». Відновлено з <http://journal.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=160>

Почепцов, Г. (2014). *Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації*. Київ: Спадщина-Інтеграл.

Різун, В.В. (2008). *Теорія масової комунікації*. Київ : ВЦ «Просвіта».

Родик, К. (2019). *Сізіф ХХ. Книжка vs. політика*. Київ : Балтія-Друк.

Уханова, Н.С. (2022). Проблеми протидії негативним інформаційним впливам та захисту інформаційної безпеки людини суспільства. Київ-Одеса: Фенікс. 120 Відновлено з <https://ippi.org.ua/problemi-protidii-negativnim-informatsiinim-vplyvam-ta-zakhistu-informatsiinoi-bezpeki-lyudini-i-sus>

Фіцула, М.М. (2006). *Педагогіка вищої школи*. Київ: Академвидав.

Яцимирська, М. (2020). Українська ортологія на інтернет-платформі. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 47, 179–188. doi: 10.30970/vjo.2020.47.10517

References

Berezenko, V.V., Sanakoieva, N.D., Lakovskyi, K.S. (2021). *Reklama v umovakh didzhitalizatsii: ukrainski realii* [Advertising in conditions of digitization: Ukrainian realities]. Zaporizhia, ZNU Publ., 176 p. (In Ukrainian).

Butyrina, M. (2020). Popularization of Science in Ukraine: Mass Media Trends. *The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series: Social Communications*, no. 17. Available at: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16524> (Accessed 3 March 2024). (In Ukrainian).

Karpenko, T., Lakomova, O., Shyian, D. (2023). Methods for organization of contextual training of future geography teachers. *Alfred Nobel University Journal of Pedagogy and Psychology*, no. 2 (26), pp. 60–69. doi: 10.32342/2522-4115-2023-2-26-7 (In Ukrainian).

Malafiiik, I.V. (2009). *Dydaktyka* [Didactics]. Kyiv, Condor Publ., 398 p. (In Ukrainian).

Manakin, V.M. (Ed.) (2015). *PR yak sfera naukovooho znannya* [PR as a field of academic knowledge]. Zaporizhzhya, ZNU Publ., 139 p. (In Ukrainian).

Mantulo, N.B. (Ed.) (2012). *Pablik ryleishnz: tekst i komunikatsiia* [Public relations: text and communication]. Zaporizhzhia, Classical Private University Publ., Zaporizhzhya: Klyasychnyy pryvatnyy universytet, 272 p. (In Ukrainian).

Partyko, Z.V. (2018). *Teoriia masovoi informatsii ta komunikatsii* [Theory of mass information and communication]. Lviv, Afisha Publ., 160 p. Available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=160> (Accessed 3 March 2024). (In Ukrainian).

Pochepstov, H. (2014). *Vid Facebooky i hlamuru do Wikileaks: mediakomunikatsii* [From Facebook and Glamour to Wikileaks: Media Communications]. Kyiv, Heritage-Integral Publ., 462 p. (In Ukrainian).

Rizun, V.V. (2008). *Teoriia masovoi komunikatsii* [Theory of mass communication]. Kyiv, "Prosvita" Publ., 260 p. (In Ukrainian).

Rodyk, K. (2019). *Sizif KHKH. Knyzhka vs. Polityka* [Sisyphus XX. Book vs. policy]. Kyiv, Baltiia-Druk Publ., 252 p. (In Ukrainian).

Ukhanova, N.S. (2022). *Problemy protydii nehatyvnyim informatsiinym vplyvam ta zakhystu informatsiynoi bezpeky liudyny suspilstva* [Problems of counteracting negative informational influences and protecting the informational security of a person in society]. Kyiv-Odesa, Phoenix Publ., 120 p. Available at: <https://ippi.org.ua/problemi-protidii-negativnim-informatsiinim-vplyvam-ta-zakhistu-informatsiinoi-bezpeki-lyudini-i-sus> (Accessed 3 March 2024). (In Ukrainian).

Fitsula, M.M. (2006). *Pedahohika vyshchoi shkoly* [Pedagogy of High School]. Kyiv, Akademvydav Publ., 230 p. (In Ukrainian).

Yatsymirska, M. Ukrainian orthology on the internet platform. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 2020, issue 47. P. 179–188. doi: 10.30970/vjo.2020.47.10517 (In Ukrainian).

CONTEXTUAL APPROACH TO TEACHING THE ELECTIVE DISCIPLINE “THEORY OF MASS COMMUNICATION” TO BACHELORS OF PEDAGOGICAL UNIVERSITIES (SPECIALITIES “GEOGRAPHY” AND “MUSICAL ART”)

Duboviy Zakhar, Candidate of Pedagogical Sciences, Lecturer of the Department of Vocal and Choral Training, State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky”, Odessa.

E-mail: zdubovoi@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-5989-7946

Lakomova Olena, Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Geography and Methods of Teaching, Kryvyi Rih State Pedagogical University, Kryvyi Rih.

E-mail: lakomova.k.r@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-7798-2263

DOI: 10.32342/2522-4115-2024-1-27-11

Keywords: *contextual approach, situational tasks, selective discipline, mass communication, artistic and aesthetic culture, media culture, culture of professional speech, graduates of pedagogical universities.*

The article covers the main principles of the contextual approach in studying the elective course “Theory of Mass Communication” in pedagogical universities.

The aim of the article is to substantiate the effectiveness of applying the contextual approach to teaching the elective course “Theory of Mass Communication” to undergraduate students in pedagogical universities (specialties “Geography” and “Music Art”); to develop situational tasks aimed at fostering media literacy, the ability to codify, and the creation of informational sectoral blocks for dissemination in educational and media spaces.

In the research, **methods** of content analysis, specification, problem-posing, as well as task-based and contextual approaches were used.

It has been found that the study of university-wide elective courses appeals to interdisciplinarity in thematic correlation. On the one hand, it involves developing a system of situational tasks that contribute to improving the professional training of students in the specialties “Geography” and “Music Art”.

It has been substantiated that the contextual approach is oriented towards teaching material based on methodological foundations, theoretical sectoral knowledge, and forms of activity. The context in the study of academic disciplines involves transforming didactic material, where the objective meanings and significance of sectoral knowledge are transformed into the personal experience of the future teacher.

The integral platform allows for the design of situational tasks, the resolution of which combines educational and educational-professional experience.

Situational tasks, based on the contextual approach to teaching the course “Theory of Mass Communication”, are built considering the professional training of students in higher pedagogical institutions in the specified specialties (“Geography” and “Music Art”).

The didactically processed field of mass communication as a university-wide discipline encompasses thematic blocks such as “Basics of Mass Communication”, “Artistic and Aesthetic Parameters of Mass Communication”, “Sociological and Psychological Dimensions of Mass Communication”, and “Mass Communication in the Conditions of Digital Society”.

A diachronic consideration of the development of mass communications allows for identifying the cultural and historical factors that shape the transmission paths of channels aimed at the recipients of certain knowledge. Addressing the diachronic consideration of mass media information significantly expands the understanding of its essence and the processes of information transmission within mass communication models.

It has been outlined that the social and psychological aspects of mass communication determine the language behaviour of professional communicators. This specific feature was taken as the basis in developing situational tasks for communicators – future geographers and musicians. The prepared tasks were correlated with the normative disciplines studied at the stage of professional training.

It has been **concluded** that studying the elective course “Theory of Mass Communication” based on the contextual approach contributes to the development of professional competencies of teachers who transmit sectoral information in the conditions of the informational educational environment. It has been proved that the study of semiotics of mass communication should be considered at the level of modelling cultural codes (since geographical names, musical and artistic works contain cultural and historical information, which is actualized in educational discourse at the stage of transmitting sectoral knowledge). Situational tasks, aimed at transmitting sectoral information at the level of a professional communicator (manifestation of language culture), should appeal to conducting press conferences as a type of communication, building one’s professional image. The experience of students working with advertising material considering the professional training direction is positive.

Одержано 19.01.2024.