

УДК 37

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: ИНТЕГРАЦИЯ ДИДАКТИКИ, ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭСТЕТИКИ И ЛОКАЛИЗАЦИИ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ПРОДУКТА НА ОСНОВЕ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ МАРКЕРОВ

Ткалич С.К.

*Московский педагогический государственный университет, Москва,
e-mail: amguema.sk@mail.ru*

Медиаобразование в российских вузах современного искусства, культуры, дизайна может отражать уникальную специфику. Важным показателем является интеграция международного интернационального техно-инструментария и российского культурного компонента. Преимуществом в магистратуре «дизайн мультимедиа» мы выдвигаем формирование новой компетенции с масштабно-региональным кругозором исследователя. Достоверность компетентной локализации мультимедийного продукта обеспечивает знание национально-культурных маркеров.

Ключевые слова: медиаобразование, медиа-дидактика, методологический концепт, магистратура «дизайн мультимедиа», локализация мультимедийного продукта, национально-культурные маркеры

MEDIA EDUCATION: INTEGRATION OF DIDACTICS, INFORMATIONAL AESTHETICS AND LOCALIZATION OF A MULTIMEDIA PRODUCT BASED ON NATIONAL AND CULTURAL MARKERS

Tkalich S.K.

*Moscow pedagogical State University, Moscow,
e-mail: amguema.sk@mail.ru*

Media education in Russian universities and colleges of modern art, culture and design can reflect the unique specificity. The integration of the international techno-instrumentality and Russian cultural component is an important indicator. We suggest that the formation of a new competence with the scale-regional researcher's view is the advantage of the master's degree program in Multi-media Design. Reliability of the competent multimedia product localization provides knowledge of national and cultural markers.

Keywords: media education, media didactics, methodological concept, master's degree program in Multi-media Design, multimedia product localization, national and cultural markers

На современном этапе интеграции европейской и российской школ подготовка кадров в области медиаобразования имеет специфические векторы развития. Прежде всего, это магистраль, формирующая единое образовательное пространство. Следующий важный показатель развития медиаобразования представлен в виде двух направлений: интернациональный инструментальный и отечественный: общетеоретический и локальный национально-культурный.

Мобильное обучение в рамках Болонского соглашения постепено получило развитие в различных формах административной и организационно-педагогической деятельности. Это международные конференции, мастер-классы ведущих педагогов, сборники научных работ, краткосрочное обучение студентов. Несомненная полезность для российских студентов состоит в том, что на выездных курсах они познают новые ступени программного обеспечения проектного алгоритма, позволяющего конструировать виртуальные объёмные модели.

Заметен переход русскоязычных студентов и педагогов на профессиональный язык, насыщенный терминологией медиаобразо-

вания. Таким образом, формируется новая профессиональная прослойка дизайнеров с международным (европейским) пониманием текстов, технических задач и подходов к их решению.

В чём мы видим проблему? Ответ: в однолинейной техно-инструментальной и лингвистической доминанте российского медиаобразования, в аморфности методологического концепта, обеспечивающего информационную эстетику мультимедийного продукта.

Немного ретроспекции. Признание дизайна в России отмечено тремя научными концепциями, отражающими ступени познания и освоения проектной культуры. Ступени отражают поэтапное вхождение дизайна в российское научное и образовательное пространство. Первая – *аксиоморфологическая* концепция, вторая – концепция *открытой художественной формы*, третья – концепция *дизайн-программ*. В структуре дизайн-образования многонациональной страны данные концепции, получившие признание и поддержку в советский период, рассматриваются как общетеоретические, национальные и сегодня.

Народная художественная культура, опираясь на систему этнокультурного образования (дошкольное обучение – школа – колледж – вуз), сохраняет свои позиции в учебном и воспитательном процессе работы с молодежью [1]. Учебные заведения высшей школы, где готовят кадры дизайнеров, как правило, опираются на техно-инструментальный сервис. Коммуникативные технологии передачи информации также, как генеративный дизайн, метод «ай-трекинг», конкретизированы в научных статьях специалистов [5].

В последние годы происходит повышение требовательности российского общества к сетевому инфо-продукту. В работах российских ученых, педагогов отмечено негативное отношение к свободному выражению авторской фантазии в создании мультимедийного продукта.

Появились статьи, где авторы детально рассматривают вопросы управления знаниями в информационно-образовательной среде, качества информационной эстетики в учебных проектах [2, 4]. Так, Н.А. Чумаколенко (Таганрог, РФ), изучив зарубежный опыт стран Азии: Китая, Японии, Кореи, – подчеркивает роль медиаобразования, предлагает вводить в учебный процесс медиа-критику, учить студентов самостоятельно оценивать продукт сетевой индустрии [6].

Медиаобразование в российских вузах современного искусства, культуры, дизайна может иметь категорию уникальной технологии, если в ней будут интегрированы международный интернациональный техно-инструментарий и российский культурный компонент. Алгоритм конструирования уникальной технологии представлен поэтапным триадичным модулем. Он включает в себя: теоретический, методологический и практический конструкты.

Теоретический конструкт. На современном этапе модернизации образования фрагментарные инструментально-обучающие программы по компьютерным технологиям в российских вузах постепенно интегрируются в единое пространство медиаобразования.

Мы согласны с автором Г.Р. Биккуловой, что в концепции открытого образования важным элементом является возможность выбора обучаемым средств, места и времени обучения, соответствующих его запросам. Студентам должна быть представлена альтернатива учебных пособий и прикладного программного обеспечения, причем они должны быть согласованными по терминологии, системам обозначений, интерфейсам для создания нужных комбинаций учебных средств. Для выполнения этих требований нужны новые методы структу-

ризации и поиска информации в учебных серверах [2, с. 141].

Применительно к магистратуре «дизайн мультимедиа» важно практически реализовать «закономерность взаимозависимости учебных компонентов в единой педагогической системе» (согласно концепции В.П. Беспалько). Это означает, что актуально внедрить в программу обучения методику систематизации и структурирования этнохудожественных и графических маркеров, отражающих полифонию национально-культурных достижений в локальных ареалах. Несомненным преимуществом магистратуры будет формирование новой компетенции творческих кадров с масштабно-региональным кругозором.

Методологический конструкт. Дизайн мультимедиа воспринимается студентами как инструментально-процедурный блок профессиональной подготовки. Мы не спорим с данной основополагающей базисной основой. Однако сегодня необходимо кристаллизовать также методологический концепт магистратуры, где важнейшим показателем успешности студента выдвигается исследовательский результат.

Методологический показатель обучающего модуля, как наиболее сложный компонент педагогической технологии, чаще всего фрагментарен. Рассмотрим *индикаторы методологической подготовленности*, необходимые, на наш взгляд, в магистратуре «дизайн мультимедиа».

Индикатор подготовленности № 1. Портфель медиадидактики включает в себя перечень мультимедийных продуктов, который, хотя бы частично, должен освоить студент. Мультимедийный проект может включать в свой сценарий мультимедийные презентации, интерактивные выставочные стенды, интерактивные каталоги, видео-инсталляции, виртуальные демонстрационные комнаты. Мультимедийный проект требует реализации навыков с использованием видео, интерактива, направленного звука. Все технические системы должны быть объединены единым сценарием и грамотным контентом. Например, это могут быть: живая съемка, когда можно воссоздать её на экране выставочного павильона как тематический комплекс: 3D-графику, текст, изображения и фотографии, анимацию, видео, аудио, интерактив. Мультимедиа-проектом может быть тематическая инфографика, когда большие объемы информации собраны в инфо-таксоны и представлены роликом в несколько минут. Видеоролики имеют широкий спектр применения. На основе видеоматериалов мультимедийной презентации могут быть изготовлены качественные иллюстрации для полиграфии, или

подготовлены материалы для сайта. Автор учебного мультимедийного проекта должен продумать, как можно привлечь внимание к стенду разными способами: оригинальный экран, видеостена, особый направленный звук, интерактивные технологии. Оригинальный экран можно менять по форме и по цвету: повторять очертания карты локальной территории, страны, логотипа.

Мы сделали лишь поверхностный обзор перспективы освоения обучающего модуля в магистратуре «дизайн мультимедиа».

Учебный процесс в магистратуре «дизайн мультимедиа», как и в программах обучения бакалавриата опирается на дидактику. Однако сущностный концепт (цель и задачи, логика построения) учебных проектов имеет разный методологический подход.

Так, формирование компетенции с *масштабно-региональным кругозором исследователя* мы определили как методологический комплекс профильно-квалификационной подготовки, в который включены:

- 1) техно-инструментальные навыки,
- 2) навык формулировки вектора исследовательской деятельности,
- 3) навык конструирования научной статьи по результатам поиска,
- 4) навык систематизации когнитивных достижений самостоятельного исследования,
- 5) способность целесообразного вариативного мышления с применением креативного метода комбинаторики,
- 6) навык самоконтроля информационной эстетики (достоверности),
- 7) навык локализации мультимедийного продукта.

Перечисленные качественные показатели сформированной компетенции можно разделить на три основных блока: блок 1 – инструментальный, блок 2 – конструктивно-когнитивный, блок 3 – целесообразно-креативный.

Индикатор подготовленности № 2. Портфель «национально-культурные маркеры» обеспечивает систему знаковой информации, которая помогает графическим дизайнерам создавать мультимедийные сюжеты и интерактивные объекты с привязкой к локальному ареалу местности.

Когнитивный блок знаний помогает дизайнерам, практикующим в области мультимедиа, понять, какое разнообразие этнохудожественных и графических феноменов создано мастерами в разных географических широтах. Универсальные по функциональному назначению предметы-артефакты бытовой культуры жителей побережья Ледовитого океана, Дальневосточного побережья, южно-степного, горного и таёжного ареалов Российской мега-территории кардинально отличаются друг от друга. Се-

годня индикаторы национально-культурной маркировки предметов функционального назначения воспринимаются в малых сериях сувенирной, подарочной и демонстрационной продукции как уникальный *коммуникативный рефрен* регионального дизайна.

Учебное пространство российской модели медиаобразования должно быть обеспечено технологией интерпретации национально-культурных маркеров. Авторское произведение (сценарий мультимедийного учебного проекта, сюжет мультимедийного продукта) приобретает уникальную специфику, если использован когнитивный результат поисково-исследовательской деятельности студента.

Уточним, что результат поисковой деятельности у бакалавров, как правило, представлен аналогом, элементом стиля в готовом проектом предложении. Результат исследовательской деятельности студента магистратуры должен быть отражён в научном сообщении, научной статье. Это требует дополнительных мыслительных процедур в виде системного, сравнительного, эмпирического анализа, формулировок авторской новизны с позиции научного подхода. Математический подход также продуктивен в учебных проектах мультимедиа: он помогает контролировать количественный показатель индикаторов авторской новизны.

Мы рассмотрели подходы к конкретизации теоретико-методологических компонентов медиаобразования в российских вузах культуры, современного искусства, дизайна на примере магистратуры «дизайн мультимедиа». Каждый из подходов может быть детализирован более конкретно.

Список литературы

1. Бакланова Т.И., Коршунова И.В. Этнокультурная деятельность учреждений культуры и образования в современной России. Статья. // Международная научно-практическая конференция «Этнокультурное образование в современной России». – М.: МГПУ, Социальный институт. 2014. – С. 15–19.
2. Биккулова Г.Р. Управление знаниями в информационно-образовательной среде. Статья. // Инновации в образовании. – 2015. – № 5. – С. 140–148.
3. Ткалич С.К. Евразийская координата России: маршруты исследований в магистратуре. Статья. // Евразийский Союз Ученых «ЕСУ». XIII Международная конференция «Современные концепции научных исследований». Педагогические науки. № 4. 2015. Сборник научных работ. ISSN 2411 – 6467. – С. 152–154. Электронный сборник: режим доступа: info@euroasia-science.ru.
4. Ткалич С.К. Региональный вектор исследований в дизайне: информационная репликация изобразительного искусства в структуре наследия. Статья. // Сборник международной конференции «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии». – Новосибирск РФ, 2013. – № 27. – С. 47–52. Интернет-ресурс. Режим доступа: СИБак@info.ru.
5. Фазылзянова Г.И., Балалов В.В. Применение метода айттрекинга для оценки качества графической и мультимедийной продукции. Статья. // Наука и Мир. – 2014. – № 3 (7). – С. 173–179.
6. Чумаколенко Н.А. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Азии. Статья. // Инновации в образовании. – 2015. – № 5. – С. 56–72.