

11. Slovyk ukraïnskoi movy. Tomy 1-14. [Ukrainian language dictionary]. Volumes 1-14. Ukraine's National Science Academy Ukrainian Language and Information Fund, 2015–2024. URL: <https://sum20ua.com/?page=1303&searchWord=квестія&wordid=41261> (Last accessed: 2025, January 06) [in Ukrainian]

12. Mirosnychenko, I. S., Kalinichenko, V. I. (2024). Znachushchist pereddyplomnoi praktyky zdobuvachiv vyshchoi osvity u profesiinomu stanovleni suchasnykh fakhivtsiv [The importance of pre-graduate internship for higher education applicants in the modern specialists' professional development]. Bohdan Khmelnytskyi Cherkasy National University Bulletin. Pedagogical Sciences Series. Issue № 3. Cherkasy. (pp. 41-51). URL: <https://new.ejournal.cdu.edu.ua/pedagogics/issue/view/3/6> (Last accessed: 2025, January 08) [in Ukrainian]

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

МІРОШНИЧЕНКО Інга Станіславівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту авіаційної діяльності Львівської академії Національного авіаційного університету.

Наукові інтереси: проблемні питання професійної орієнтації здобувачів вищої освіти; особливості та перспективи розвитку економіки України, економічна діяльність суб'єктів господарювання (мікро- та макроекономічні аспекти), функціонування підприємств у глобальному середовищі, ефективність управління підприємствами; актуальні питання дотримання принципів академічної доброчесності здобувачами закладів вищої освіти України.

КАЛІНІЧЕНКО Віра Ігорівна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов професійного спрямування Донецького національного університету імені Василя Стуса.

Наукові інтереси: проблемні питання професійної орієнтації здобувачів вищої освіти; актуальні проблеми методики викладання іноземної мови професійного спрямування для здобувачів освітніх програм немовної

підготовки закладів вищої освіти України; особливості лінгвоментального світу представників англійськомовної та українськомовної комунікативних спільнот в міжкультурному постколоніальному контексті МІП – ВІЙНА в психолінгвістичній та лінгвокогнітивній площинах; актуальні питання дотримання принципів академічної доброчесності здобувачами закладів вищої освіти України.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

MIROSHNYCHENKO Inga Stanislavivna – PhD in Economics, Assistant Professor at Aviation Management Department, Ukrainian State Flight Academy.

Scientific interests: topical issues of higher education students' career and vocational guidance; specific features and prospects of Ukraine's economy development; economic activity of business entities (micro- and macroeconomic aspects), enterprises functioning in the global environment; enterprise management efficiency; relevant issues of compliance with the academic integrity principles by Ukrainian higher education applicants.

KALINICHENKO Vira Ihorivna – PhD in Linguistics, Associate Professor at Foreign Languages for Specific Purposes Department, Head of the Department, Vasyl' Stus Donetsk National University.

Scientific interests: topical issues of higher education students' career and vocational guidance; problematic aspects of the English for Specific Purposes teaching methodology used at Ukraine's higher education institutions for students majoring in non-linguistic specialisms; the specific linguamental world features of the English-speaking and Ukrainian-speaking language communities' representatives in the intercultural post-colonial context PEACE – WAR at the psycholinguistic and linguacognitive levels; relevant issues of compliance with the academic integrity principles by Ukrainian higher education applicants.

Стаття надійшла до редакції 23.01.2025 р.

УДК 378:002.1-028.17/.23-028.26/.27:004:61

DOI: 10.36550/2415-7988-2025-1-217-154-160

МУРЗИНА Олена Анатоліївна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри медичної фізики, біофізики та вищої математики Запорізького державного медико-фармацевтичного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6968-5525>
e-mail: elena_murzina@ukr.net

МЕДІАПРОДУКТ ЯК РЕЗУЛЬТАТ СФОРМОВАНOSTI МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЛІКАРІВ

У статті розглянуто поняття «медіапродукт», визначено його науковий контекст; висвітлені погляди науковців стосовно окресленого поняття. Зазначено, що будь-яка діяльність передбачає створення продукту, що є показником високого чи низького рівня володіння будь-яким процесом, включаючи й професійну діяльність взагалі. Оскільки сучасна молодь медіазасоби використовує переважно в якості розважальних засобів, то важливою задачею постає навчити майбутніх лікарів вдало застосовувати отриману медіаінформацію.

Робота з медіа за допомогою оперування ключовими знаннями, прийомами та навичками при роботі з програмним забезпеченням; інноваційні та конструктивні практичні підходи є підґрунтям та запорукою створення результативного й науково-оснащеного медіапродукту, який допоможе майбутнім лікарям підвищити ефективність своєї професійної діяльності.

Тому доклінічна професійна підготовка майбутніх лікарів в медичному університеті має надати ґрунтовну базу що для оволодіння теоретичними знаннями, набуття практичного досвіду в галузі медіа з метою створення власного медіапродукту професійного спрямування. Практична діяльність надає можливість майбутнім лікарям ознайомитися з головними принципами, правилами роботи медіа; актуалізувати знання стосовно видів медіа, виокремити методичний їх профіль; оволодіти семіотикою мовою медіа; модернізувати теоретичні знання відповідно до вимог сучасної освіти.

Отже, створення медіапродукту унеможливується без практичної діяльності. Зауважимо, що будь-які знання в сфері медіа мають ціннісне значення для майбутніх лікарів, а особливо, якщо вони набуті під час практичної діяльності. Тому, результатом творчої медіаїної діяльності є створення власного медіапродукту, який спрямований на формування медіакомпетентності.

З'ясовано, що кінцевим результатом формування медіакомпетентності є здатність майбутніх лікарів створювати власний медіапродукт із подальшим використанням його у професійній діяльності.

Ключові слова: медіакомпетентність, доклінічна професійна підготовка, медіапростір, медіапродукт, медіасередовище, медіазасоби, медіатехнології.

MURZINA Olena Anatolyivna –

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Associate Professor of the Department of Medical Physics,
Biophysics and Higher Mathematics
Zaporizhzhia State Medical and Pharmaceutical University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6968-5525>
e-mail: elena_murzina@ukr.net

MEDIA PRODUCT AS A RESULT OF THE FORMATION OF MEDIA COMPETENCE OF FUTURE DOCTORS

The article considers the concept of "media product" and defines its scientific context; it highlights the scientific views regarding the outlined concept. It is noted that any activity involves the creation of a product is an indicator of a high or low level of mastery of any process, including professional activity in general. Since nowadays young people use media mainly as entertainment, an important task is to teach future doctors to apply the received media information successfully.

The basis and the key for creation of effective and scientifically equipped media product, which will help future doctors increase the efficiency of their professional activities, include operation of key knowledge, techniques and skills when working with software and innovative and constructive practical approaches to work with media.

Therefore, preclinical professional training of future doctors at a medical university should provide a solid basis for mastering theoretical knowledge and opportunity to gain practical experience in the field of media in order to create their own media product on specific professional purpose. Practice activity provides an opportunity for future doctors to study main principles, rules of media work; update knowledge about types of media, identify their methodological profile; master the semiotics of the media language; modernize theoretical knowledge in accordance with the requirements of modern education.

Consequently, the creation of a media product is impossible without practice activity. It should be noted that any knowledge of media is valuable for future doctors, especially if it is acquired during practice activity. Therefore, the result of creative media activity is the creation of their own media product, which is aimed at the formation of media competence.

It was found that the final result of the formation of media competence is the ability of future doctors to create their own media product with its further use in professional activity.

Key words: media competence, preclinical professional training, media space, media product, media environment, media tools, media technologies.

Постановка та обґрунтування актуальності проблеми. В умовах сьогодення медіазасоби впливають на життя сучасної людини: дозволяють навчання та професійну діяльність. Медіа впливають на реформування освіти, зокрема, вищої медичної освіти, що призводить до зміни змісту професійної підготовки фахівців. Концептуальні положення щодо впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних і медіатехнологій у систему освіти України відображено у Концепції розвитку вищої медичної освіти в Україні, Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, Концепції розвитку цифрових компетентностей. Тому розвиток медіакомпетентності майбутніх фахівців набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Деякі аспекти медіаосвіти та медіаграмотності є колом інтересів сучасних дослідників, зокрема, науковцями досліджувалися такі питання, як: теоретичні аспекти формування медіакомпетентності (В. Іванов, А. Єрмоленко Л. Найдьоннова та ін.); концептуальні засади медіаосвіти (В. Іванов, І. Негресва, Г. Онкович та ін.); роль медіаграмотності в освітньому процесі (В. Гуменюк, М. Зацерківна, О. Рекун та ін.); поняття медіапродукт (А. Дорр, К. Нагорна, І. Шевирьова та ін.). Однак у відчизняному дискурсі технології створення власного медіапродукту майбутніми лікарями у процесі доклінічної професійної

підготовки в медичному університеті ще не були предметом окремого цілісного дослідження.

Мета статті – характеристика медіапродукту як результат сформованості медіакомпетентності майбутніх лікарів у процесі доклінічної професійної підготовки в медичному університеті.

Виклад основного матеріалу дослідження. В своєму дослідженні, ми вважаємо, що важливим результатом сформуваності медіакомпетентності майбутніх лікарів у процесі доклінічної професійної підготовки в медичному університеті є здатність створювати власний медіапродукт, з подальшим використанням його у професійній діяльності.

З'ясування сутності категорії медіапродукт передбачає аналіз понять «медіа» й «продукт». Продукт це: результат людської діяльності; наслідок чогось; речовина, яка слугує матеріалом для успішної реалізації конкретної роботи (контекст нашого дослідження зумовлює педагогічну діяльність) [1]; предмет, отриманий в результаті наполегливої праці особистості [10] (зазначимо, що результатом праці з медіа виступає матеріальний продукт: мультимедійна презентація, відеоматеріал, аудіозапис, фотоколлаж, електронний посібник, контролюючі програми); те, що можна застосувати для задоволення власних потреб [13].

Як продукт у сфері засобів масової інформації розглядає медіапродукт, К. Нагорна [7]. Та визначає медіапродукт як «результат навчальної або практичної медіадіяльності людини, що має на меті

донести певну інформацію до цільової аудиторії, відрізняється наявністю ідеї, єдністю форми та змісту, цінністю, завершеністю, має яскраве емоційне начало, тобто це – продукт діяльності (опрацювання досвіду і спостережень) із застосуванням медіа, зрозумілий для подальшого використання, єдиний для посилання на нього» [7]. Нам імпонує думка дослідниці, яка наголошує на важливості використання медіа у професійній підготовці майбутніх фахівців та формуванні їх медіаграмотності. К. Нагорна визначає «засіб медіаосвіти – медіапродукт або матеріал для медіаосвітнього процесу, за допомогою якого можна навчити особистість критично мислити, сприймати, розуміти, усвідомлювати та аналізувати інформацію» [7].

Сесілії фон Файлітзен підкреслює, що суттєвим елементом під час роботи з медіа є створення власного медіапродукту, а процес створення медіапродукту [16]: сприяє оволодінню всіма видами медіа; встановлюється критичний та незалежний погляд на їх контент; формуються дані про доступність, оригінальність програмового забезпечення.

Створення власного медіапродукта та його поширення в (через друковані видання, мережу Інтернет, телебачення, радіо) невід’ємно зв’язана з медіатехнологіями для створення медіатекстів різних видів: статей, фото, відео, анімації, аудіо тощо.

Для пошуку та передачі медіаінформації потрібні засоби медіа. Тому, лікар повинен вміти правильно вибрати необхідний медіазасіб, враховуючи цілі, які він ставить перед собою при створенні чи розповсюдженні інформації. Разом з тим він має вміти створювати власний медіапродукт, а для цього необхідно вміти застосовувати різні медіатехнології.

Отже, ми вважаємо, що будь-яка діяльність передбачає створення продукту, що є показником високого чи низького рівня володіння будь-ким процесом, у тому числі й професійною діяльністю взагалі. Звичайно, кожен медіазасіб передбачає використання програмного забезпечення.

Таким чином, працюючи з медіа майбутні лікарі мають опанувати мову, символи медіа, за допомогою яких можливе оперування ключовими знаннями, прийомами та навичками при роботі з програмним забезпеченням; інноваційні та конструктивні практичні підходи стануть у нагоді під час розв’язання поставлених задач засобами медіа. Вважаємо, що такий комплекс дій стане підґрунтям і запорукою створення результативного й науково-оснащеного медіапродукту, який в допоможе майбутнім лікарям підвищити ефективність своєї професійної діяльності.

І. Шевирьова визначає, медіапродукт як [13]: сконструйована дійсність користувача медіа, що відображає суб’єктивне ставлення до медіа; е-виствір, отриманий завдяки наполегливій, активній, цілеспрямованій дії особистості, в ході якої накопичуються знання з питань програмового забезпечення; удосконалюються практичні уміння й навички; формується уявлення про віртуальний простір.

Навчаючись у медичному університеті, майбутні лікарі оволодівають теоретичними знаннями, набувають практичний досвід в галузі медіа. Практична діяльність надає можливість майбутнім лікарям ознайомитися з головними принципами, правилами роботи медіа; актуалізувати знання стосовно видів медіа, виокремити методичний їх профіль; завдяки пропедевтичній діяльності відбувається оволодіння семіотикою, мовою медіа; модернізувати теоретичні знання у відповідності з вимогами сучасною освіти.

Таким чином, створення медіапродукту унеможливорюється без практичної діяльності. Варто підкреслити, що будь-які знання в сфері медіа мають ціннісне значення для майбутніх лікарів, а особливо, якщо вони набуті під час практичної діяльності. Тому, результатом творчої медійної діяльності є створення власного медіапродукту, який спрямований на формування медіакомпетентності.

Практична медіадіяльність спрямована на формування у майбутніх лікарів необхідного комплексу особистісних якостей, що дозволять вміло реалізувати на практиці набуті здібності в сфері медіатехнологій. Працюючи з медіазасобами, майбутні лікарі за допомогою медіатехнологій можуть створювати власні медіапродукти (зображення, фото, комп’ютерна графіка); аудіовальні (звукові); аудіовізуальні – кінема-тограф, телебачення, відео; графічну (тексти, графіки, діаграми) [13].

Таким чином, медіадіяльність передбачає обов’язкове створення майбутніми лікарями медіапродукту. Наприклад, це можуть бути електронні підручники, каталоги, мультимедійні презентації; виклад матеріалу у вигляді інфографіки, інтерактивних плакатів; відеофільми, аудіо записи, рекламні роліки. Це поширює можливості удосконалювати навички в галузі медіазасобів, аудіовізуального екранного простору; вивчення провідних правил щодо розповсюдження та розвитку масових комунікацій.

На думку Т. Шроль, основною проблемою при розробці студентами медіапродуктів є невміння підбирати матеріал, критично оцінювати інформаційні ресурси Інтернету, знаходити відмінності між піаром, рекламою, «джинсою» і правдивою інформацією, правильно та критично відбирати той чи інший відео-, аудіо- матеріал та невміння відбирати головне в контексті викладу вибраної ними проблеми, правильно поєднувати всі елементи медіапродукту та інше [14]. Все це відображається на якості створюваного медіапродукту та свідчать про низький рівень сформованості медіакомпетентності майбутніх лікарів.

Активна діяльність майбутніх лікарів стосовно грамотного застосування медіа засновано на низці таких засад: аналіз різних інформаційних джерел; систематичний перегляд провідних пізнавальних програм, які популяризують соціальні мережі, Інтернет-ресурси, програмне забезпечення; робота в Інтернеті, яка націлена на отримання цікавих фактів, новин в області медіа; пошук оригінальних Інтернет-сайтів.

Ми вважаємо, що сформована медіакомпетентність допоможе майбутнім лікарям побувати перспективний план відносно досконалого вивчення всіх видів медіа й застосування медіапродуктів в ході професійної діяльності. Таким чином, медійна діяльність має власні специфічні особливості, зокрема, оволодіння програмовим забезпеченням, що дозволяє створювати авторські медіапродукти, які характеризуються мобільністю, діалогічністю й відкритістю для всіх учасників освітнього процесу, а також можливістю змінюватись і доповнювати науковий контент в залежності від потреб суб'єкта та обставин, які виникають внаслідок розвитку медіатехнологій.

На нашу думку, створення та застосування власного медіапродукту у професійній діяльності лікаря позитивно вплине на формування медіакомпетентності майбутніх лікарів і навчить їх знаходити та відбирати професійну інформацію; критично аналізувати отриману інформацію з огляду науковості, актуальності, доступності та інформативності. Запропонував майбутнім лікарям створити медіапродукт з окремої теми, вони зможуть удосконалити знання з даної теми та оволодіти практичними навичками роботи в медіапросторі. Тільки тоді, коли майбутні лікарі будуть застосовувати теоретичні та практичні підходи в освітньому процесі на етапі доклінічної професійної підготовки, можна говорити про сформовану медіакомпетентності майбутніх лікарів. Отже, ми вважаємо, що створення та застосування власного медіапродукту професійного спрямування є важливим результатом сформованості медіакомпетентності майбутніх лікарів на етапі доклінічної професійної підготовки.

Нами розроблено наступні етапи створення власного медіапродукту майбутніх лікарів:

- визначення теми, якій присвячений медіапродукт;
- формулювання цілей та завдань;
- визначення змісту медіапродукту та формулювання проблеми;
- пошук необхідної медіаінформації;
- інтерпретація знайденої медіаінформації;
- створення та опис медіапродукту.

На першому етапі створення власного медіапродукту майбутнім лікарям необхідно визначитися який медіапродукт вони будуть створювати, потім сформулювати тему, якій призначено даний медіапродукт, для цього він повинен відповісти на запитання «для чого мені це потрібно?». На даному етапі лікар повинен з'ясувати, де він буде застосовувати даний медіапродукт та для якого контенту це потрібно.

Наступним кроком, майбутній лікар формулює цілі та завдання. Щоб сформулювати завдання свого медіапродукту, він повинен відповісти на питання «що буде робити?». На даному етапі необхідно отримати інформацію про цілі, очікувані результати, потреби, власний досвід, коло застосування та термін виконання. Тобто, на даному етапі створення власного медіапродукту, майбутній лікар чітко визначає результат створення та застосування медіапродукту.

На етапі визначення змісту медіапродукту та формулювання проблеми, майбутній лікар, перш за все, визначає необхідний обсяг, зміст та послідовність створення. Відповідно до змісту медіапродукту необхідно здійснити відбір медіазасобів та медіатехнологій.

Наступний етап створення медіапродукту, дуже важливий та трудомісткий. На цьому етапі, відповідно до мети та змісту застосовуються відповідні медіазасоби та медіатехнології за допомогою яких необхідно знайти медіаінформацію. Після пошуку необхідної інформації її потрібно проаналізувати та відібрати достовірну та актуальну для створення медіапродукту.

На наступному етапі майбутній лікар використовує відібрану інформацію для створення власного медіапродукту та описує його.

Так, наприклад, під час виконання самостійної роботи, студентам можна запропонувати написати есе. Есе – це «невеликий за обсягом прозовий твір, що має довільну композицію і висловлює індивідуальні думки та враження з конкретного приводу чи питання і не претендує на вичерпне і визначальне трактування теми» [5]. Метою есе є з'ясування здатності студента аналізувати медіаінформацію, інтерпретувати її, порівнювати факти, вибудовувати міркування, обґрунтовувати особисту оцінку, формувати висновки та ін.

В умовах сьогодення, коли всі вимушені перейти на дистанційне навчання, чільне місце у проблемі формування медіакомпетентності посідає робота з медіатекстами, адже навчання у сучасному цифровому просторі передбачає ускладнення інформаційного контексту, активне включення до певного цифрового інформаційного середовища, де будь-який матеріал є певною інформацією: вербальною чи невербальною (графічною, текстовою, асоціативною тощо) [9].

Ю. Наливайко зауважує, що зміст медіатекстів виходить за межі традиційних текстів, поєднуючи медійні та вербальні одиниці. Ефективна робота з медіатекстами передбачає виконання учнями завдань певного типу, зокрема [8]: проаналізувати зміст медіатексту; пов'язати зміст медіатексту з матеріалом друкованого підручника; доповнити викладену в медіатексті інформацію прикладами з друкованого підручника або з життєвої ситуації; інтерпретувати медіатекст; визначити пізнавальну цінність/новизну медіатексту; дібрати до тексту друкованого підручника тематично споріднені медіатексти, що містять нову інформацію тощо.

Створення власного медіапродукту в освітньому процесі сприяє: підвищенню у майбутніх лікарів інтересу до професійної підготовки; розвитку сприйняття медіатекстів, вдолго використання медіазасобів; розвитку критичного та творчого мислення; розвитку у майбутніх лікарів креативних практичних умінь, що проявлялися на кожному з етапів створення медіапродукту.

Одним із різновидів медіапродукту є відеопроduct, на думку І. Шевирьової, він сприяє підвищенню мотивації студентів, набуттю знань, формуванню умінь, сприяє ознайомленню студентами з цікавими формами роботи, які можна реалізувати засобами сучасних технологій [12].

Завдяки змістовному й насиченому контенту відеопродукту у майбутніх фахівців формується інтерес до застосування різних видів і засобів медіа в освітньому процесі, тобто формується медіакомпетентність.

Р. Хиневич впевнена, що «відеопродукт є дієвим інструментом для залучення зацікавленої аудиторії, здатний підвищити довіру до компанії та її товарів» та виділяє наступні типи [11]: іміджеві, презентаційні, вірусні, навчальні, соціальні, відео-арт.

Найбільш дієвими в рекламі Р. Хиневич визначає вірусні відеопродукти в вертикальному форматі Instagram та пре-ролл в YouTube [11]. До технологій розробки відеопродукту Р. Хиневич відносе [11]: зняте відео на смартфон та оброблене спеціальними мобільними додатками; зняте на професійну відеокамеру; виготовлене за допомогою 3D-технологій тощо.

В тому випадку, коли відеопродукт розміщують в Інтернеті, то відео необхідно розташувати на видному місці сайту або на сторінках просування продукції.

Розглянемо технологію створення такого медіапродукту як буклет. Буклет – «це інформаційно-ілюстрований матеріал, що є аркушем формату А 4, складеним удвічі, утричі й більше разів» [3].

Алгоритм створення буклета можна представити як послідовність 3-х етапів [3]:

- постановка задачі (підготовчий етап) – полягає в усвідомленні проблеми розробки, описі мети та чинників, що її обмежують, а також правил прийняття рішень для вибору найкращого варіанта;
- розв'язання задачі (власне проектування) починається з висунування гіпотез про шляхи вирішення задачі та вибору стратегії проектування; продовжується розробленням варіантів і завершується вибором засобу, що найбільш повно відповідає визначеним вимогам;

- опис розв'язання задачі (виконання робочої документації і натурних зразків) передбачає оформлення інформації, необхідної для виготовлення об'єкта, що передається від проектувальника виробнику.

Одним із засобів формування візуального мислення, на думку В. Щербатюк, є фотоколлаж «багатокомпонентний, поліаспектний і поліфункціональний засіб, що допомагає розкрити творчі можливості студента й сприяє розвитку його візуального мислення» [15].

Фотоколлаж створюється за допомогою довільного поєднання кількох фотокартинок, інколи не пов'язаних між собою за стилем чи змістом. Процес компонування відбувається через накладання світлин одну на іншу чи поєднання кількох зображень в одному, іноді з елементами графіки (мозаїки) або у формі пазла (хаотичного набору різних зображень) [15].

Одним із засобів формування медіакомпетентності майбутніх лікарів є створення власного портфоліо. Метою створення портфоліо є визначення динаміки значущих результатів самоосвіти, забезпечення моніторингу професійного зростання працівника, демонстрація його

здатності до практичного застосування професійних знань [4]. Тобто портфоліо дозволяє враховувати усі результати які досягли фахівці у різних напрямках своєї професійної діяльності.

Портфоліо може бути [4]: портфель досягнень; рефлексивне портфоліо; проблемно-дослідницьке; тематичне портфоліо; портфоліо-презентація.

До основних функцій портфоліо в освітній діяльності К. Магрламова відносить [6]: самоорганізація навчальної діяльності, відстеження успішності процесу навчання, його корегування; стимулювання позитивної навчальної мотивації досягнень, виявлення шляхів підвищення рівня освіти й культури; розвиток здібностей студента; формування індивідуального рівня компетентностей; планування професійного саморозвитку.

До основних завдань портфоліо лікаря ми відносимо: виявлення рівня професійної компетентності лікаря; об'єктивна оцінка діяльності лікаря; узагальнення і систематизація перспективного професійного досвіду; визначення напрямів і шляхів професійного зростання й розвитку лікаря; формування позитивного іміджу лікаря.

Висновки та перспективи подальших розвідок напрямку. Оскільки, створення медіапродукту є необхідною умовою та результатом формування медіакомпетентності майбутніх лікарів у процесі доклінічної професійної підготовки в медичному університеті, то кінцевим результатом формування медіакомпетентності є здатність майбутніх лікарів створювати власний медіапродукт із подальшим використанням його у професійній діяльності. Перспективи подальших розвідок вбачаємо у впровадженні технології створення власного медіапродукту майбутніми лікарями в освітній процес на етапі доклінічної професійної підготовки в медичному університеті

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Великий тлумачний словник української мови / упоряд. Т. В. Ковальова. Харків : Фоліо, 2005. 767 с.
2. Воронкова Б. А., Дебич М. А., Дем'яненко Н. М., Дівінська Н. О. Оптимізація циклу соціально-гуманітарних дисциплін у вищій освіті України в контексті євроінтеграції: монографія (рукопис) / за заг. ред. Г. В. Онкович. Київ, 2014. 326 с.
3. Дизайн рекламного буклету: метод. рекомендації / упоряд. М. О. Пічкур. Умань, 2016. 66 с.
4. Кудрявцева Т. О., Коломієць І. В., Момот В. О. Оформлення портфоліо: метод. рекомендації для викладачів / за заг. ред. О. В. Гейко. Харків: Коледж НФаУ, 2016. 11 с.
5. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р. Т. Громяка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. Київ: ВЦ Академія, 2006. 752 с.
6. Магрламова К. Г. Портфоліо як засіб формування професійної компетентності майбутнього лікаря. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5: Педагогічні науки: реалії та перспективи*: зб. наук. пр. 2018. Т. 2. Вип. 60. С. 9–12
7. Нагорна К. А., Онкович Г. В., Горун Ю. М., Кравчук В. О., Литвин Н. О., Костохіна І. В., Нагорна К. А. Медіаосвітня роль редактора у створенні коміксів. *Медіакомпетентність фахівця*: колективна монографія / за наук. ред. д-ра пед. наук, проф. Г. В. Онковича. Київ: Логос 2013. 287 с.

8. Наливайко Ю. Ю. Особливості співвідношення понять “текст” – “медіатекст” при вивченні української мови в засобах масової інформації. *Соціальні комунікації*. 2013. № 2. С. 93–96.

9. Остапенко Л. П., Андрієвська В. М., Олєфіренко Н. В. Робота з медіатекстами як ключовий етап у формуванні медіаграмотності учнів початкової школи. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. 2022. № 13. С. 104–113.

10. Тлумачний словник сучасної української мови / уклад. Л. П. Коврига, Т. В. Ковальова, В. Д. Пономаренко / за ред. В. С. Калашника. Харків : Белкар-книга, 2005. 800 с.

11. Хиневич Р. В., Єрмоленко Д., Омельченко Г. Відеопродукт як засіб комунікації у сучасній рекламі. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*: зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 23 квітня 2020 р. Київ : КНУТД, 2020. Т. 2. С. 125–128.

12. Шевирьова І. Г. Відеопродукт як засіб формування медіа-компетентності майбутніх учителів початкової школи. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2018. Ч. 1. № 8 (322). С. 170–179.

13. Шевирьова І. Г. Медіа-продукт як результат практичної діяльності майбутніх учителів початкових класів. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2018. № 6 (320). С. 353–361.

14. Шроль Т. Формування медіаграмотності студентів педагогічних спеціальностей у контексті ІКТ-освіти. *Медіаосвіта – пріоритетний напрям в освіті XXI століття: проблеми, досягнення і перспективи*: матер. Міжнар. наук.-практ. Ін-т-конф., м. Харків, 25–27 жовтня 2013 р. / за заг. ред. канд. пед. наук Л. Д. Покроєвої. Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2013. С. 226–228.

15. Щербатюк В., Коглан О. Фотоколлаж як один із засобів розвитку візуального мислення. *Актуальні питання гуманітарних наук*: міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2020. Т. 4. Вип. 31. С. 269–275

16. Feilitzen C. von. Media Education, Children’s Participation and Democracy. In: Feilitzen C. von and Carlsson U. (Eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 1999. P. 24–26.

REFERENCES

1. Velykyi tлумачnyi slovnyk ukrainskoi movy (2005). [Large Explanatory Dictionary of the Ukrainian Language]. uporiad. T. V. Kovalova. Kharkiv : Folio, 767 s. [in Ukrainian]

2. Voronkova, B. A., Debych, M. A., Demianenko, N. M., Divinska, N. O. (2014). Optymizatsiia tsyклу sotsialno-humanitarnykh dystsyplin u vyshchii osviti Ukrainy v konteksti yevrointehratsii [Optimization of the cycle of social and humanitarian disciplines in higher education in Ukraine in the context of European integration]: monohrafiia za zah. red. H. V. Onkovych. Kyiv. 326 s. [in Ukrainian]

3. Dyzaïn reklamnoho bukletu (2016). [Advertising booklet design]. metod. rekomend. uporiad. M. O. Pichkur. Uman. 66 s. [in Ukrainian]

4. Kudriavtseva, T. O., Kolomiets, I. V., Momot, V. O. (2016). *Oformlennia portfolio* [Portfolio design]: metod. rekomend. dlia vykladachiv / za zah. red. O. V. Heiko. Kharkiv : Koledzh NFaU. 11 s. [in Ukrainian]

5. Literaturoznavchyi slovnyk-dovidnyk [Literary dictionary-reference book] (2006). za red. R. T. Hromiaka, Yu. I. Kovaliva, V. I. Teremka. Kyiv : VTs Akademiia. 752 s. [in Ukrainian]

6. Mahrlamova, K. H. (2018). Portfolio yak zasib formuvannia profesiinoi kompetentnosti maibutnoho likaria [Portfolio as a means of forming the professional competence

of a future doctor]. *Naukovyi chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova. Seriya 5: Pedahohichni nauky: realii ta perspektyvy* : zb. nauk. pr. T. 2. Vyp. 60. S. 9–12. [in Ukrainian]

7. Nahorna, K. A., Onkovych, H. V., Horun, Yu. M., Kravchuk, V. O., Lytvyn, N. O., Kostiuikhina, I. V., Nahorna, K. A. (2013). Mediaosvitnia rol redaktora u stvorenni komiksiv [The media education role of the editor in creating comics]. *Mediakompetentnist fakhivtsia: kolektyvna monohrafiia / za nauk. red. d-ra ped. nauk, prof. H. V. Onkovycha*. Kyiv : Lohos. 287 s. [in Ukrainian]

8. Nalyvaiko, Yu. Yu. (2013). Osoblyvosti spivvidnoshennia poniat “tekst” “mediatekst” pry vyvchenni ukrainskoi movy v zasobakh masovoi informatsii [Peculiarities of the relationship between the concepts of “text” and “media text” when studying the Ukrainian language in the mass media]. *Sotsialni komunikatsii*. № 2. S. 93–96. [in Ukrainian]

9. Ostapenko, L. P., Andriiivska, V. M., Olefirenko, N. V. (2022). Robota z mediatekstamy yak kliuchovy etap u formuvanni mediahramotnosti uchniv pochatkovoï shkoly [Working with media texts as a key stage in the formation of media literacy of primary school students]. *Vidkryte osvittne e-seredovyshe suchasnoho universytetu*. № 13. S. 104–113. [in Ukrainian]

10. Tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy (2005). [Explanatory dictionary of the modern Ukrainian language] uklad. L. P. Kovryha, T. V. Kovalova, V. D. Ponomarenko / za red. V. S. Kalashnyka. Kharkiv : Belkarknyha. 800 s. [in Ukrainian]

11. Khynevych, R., Yermolenko, D., Omelchenko, H. (2020). Videoprodukt yak zasib komunikatsii u suchasni reklamii [Video product as a means of communication in modern advertising]. *Aktualni problemy suchasnoho dizainu* : zb. mater. Mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Kyiv, 23 kvitnia 2020 r. Kyiv : KNUТ. Т. 2. S.125–128. [in Ukrainian]

12. Shevyrova, I. H. (2018). Videoprodukt yak zasib formuvannia media-kompetentnosti maibutnikh uchyteliv pochatkovoï shkoly [Video product as a means of forming media competence of future primary school teachers]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*. Ch. 1. № 8 (322). S. 170–179. [in Ukrainian]

13. Shevyrova, I. H. (2018). Media-produkt yak rezul'tat praktychnoi diialnosti maibutnikh uchyteliv pochatkovykh klasiv [Media product as a result of practical activities of future primary school teacher]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*. № 6 (320). S. 353–361. [in Ukrainian]

14. Shrol, T. (2013). Formuvannia mediahramotnosti studentiv pedahohichnykh spetsialnostei u konteksti ІКТ-осvity [Formation of media literacy of students of pedagogical specialties in the context of ICT education]. *Mediaosvita – priorytetnyi napriam v osviti KhKhI stolittia: problemy, dosiahnennia i perspektyvy* : матер. Mizhnar. nauk.-prakt. Іnt-konf., m. Kharkiv, 25–27 zhovtnia 2013 r. / za zah. red. kand. ped. nauk L. D. Pokroievoi. Kharkiv : Kharkivska akademiia nepererвної osvity. S. 226–228. [in Ukrainian]

15. Shcherbatiuk, V., Kohlan, O. (2020). Fotokolazh yak odyń iz zasobiv rozvytku vizualnoho myslennia [Photo collage as a means of developing visual thinking]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk : mizhvuz. zb. nauk. pr. molodykh vchenykh Drohobyt'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka*. Т. 4. Vyp. 31. S. 269–275. [in Ukrainian]

16. Feilitzen, C. von. (1999). Media Education, Childrens Participation and Democracy. In: Feilitzen C. von and Carlsson U. (Eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Goteborg: UNESCO & NORDICOM. R. 24–26. [in English]

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

МУРЗИНА Олена Анатоліївна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри медичної

фізики, біофізики та вищої математики Запорізького державного медико-фармацевтичного університету.

Наукові інтереси: медіапродукт як результат сформованості медіакомпетентності майбутніх лікарів.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

MURZINA Olena Anatolyivna – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor Associate Professor of the Department of Medical Physics, Biophysics and Higher Mathematics Zaporizhzhia State Medical and Pharmaceutical University.

Scientific interests: media product as a result of the formation of media competence of future doctors.

Стаття надійшла до редакції 27.01.2025 р.

УДК 37.04:316.663]:[37.015.31:37.091.279.7]-049.3](045)

DOI: 10.36550/2415-7988-2025-1-217-160-164

ПАЛАГУТА Ілона Василівна –

доктор філософії, викладач кафедри іноземних мов Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6001-7929>

e-mail: i.palaguta@udpu.edu.ua

ШКІЛЬНЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПІДТРИМЦІ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ТА ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ УЧНІВ

У статті проаналізовано шкільне консультування та його роль у підтримці учнів. Навчальні заклади повинні відігравати важливу роль у підготовці учнів, виявленню їхніх труднощів у навчанні та особистому житті. Їхня роль полягає у тому, щоб консультувати молоде покоління, допомагаючи їм щасливо жити, навчатися і розвиватися. Ось чому виникає потреба у консультуванні молодого покоління, у допомозі налагодити своє освітнє та особисте середовище. Основна мета консультування – допомогти учням розвиватися фізично, морально, емоційно, розумово, впоратися з різними проблемними ситуаціями у шкільному середовищі та поза ним. Представлено основні цілі шкільного консультування, які допоможуть спеціалісту досягти мети у своїй роботі. Консультування, без сумніву, є ключем до запобігання майже всіх проблем, пов'язаних з навчанням. Тому необхідно розуміти, які послуги надаються в рамках програми шкільного консультування для досягнення ефективного викладання та навчання. Перераховано консультаційні послуги, які надає консультант своєму учневі: орієнтаційна послуга, інформаційна послуга, послуга оцінювання, послуга «пере направлення» та послуга консультування. Консультаційні послуги, якщо вони надаються в школах належним чином, враховуючи національні цілі освіти, без сумніву, матимуть велике значення для забезпечення ефективного викладання і навчання в закладах загальної середньої освіти. Висвітлено основні проблеми через які ускладнюються консультаційні послуги, які надає спеціаліст. Розкрито основні уміння і навички, які повинен мати консультант, щоб стати професіоналом своєї справи: побудова довірливих відносин, активне слухання та емпатія, постановка цілей і план дій, стратегії розв'язання проблем, надання інформації, емоційна регуляція та навички подолання труднощів, звернення до інших спеціалістів, регулярне спостереження, дотримання конфіденційності. Узагальнено значення умінь і навичок консультанта, які мають важливе значення у підтримці учнів під час навчання та особистісного розвитку, адже вони сприяють: покращенню успішності учнів у навчанні, емоційному та соціальному розвитку учнів, зменшенню стресу та тривожності, попередженню відрахування зі школи, профорієнтація.

Ключові слова: шкільне консультування, учень, консультаційні послуги, уміння і навички, особистісний розвиток.

PALAGUTA Iona Vasyivna –

Doctor of Philosophy, lecturer of Faculty of Foreign Languages Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6001-7929>

e-mail: i.palaguta@udpu.edu.ua

SCHOOL COUNSELING AND ITS ROLE IN SUPPORTING STUDENTS' ACADEMIC ACHIEVEMENTS AND PERSONAL DEVELOPMENT

The article analyzes school counseling and its role in students' support. Educational institutions have to play an important role in preparing students, identifying their difficulties in learning and personal life. Their role is to support a younger generation, help them to live, learn and develop happily. This is why there is a need for counseling for the younger generation, to help them organize their educational and personal environment. The main goal of counseling is to help students to develop physically, morally, emotionally, mentally, and to cope with various problematic situations in a school environment and beyond. Main goals of school counseling are presented and will help the specialist to achieve the goal in his/her work. Counseling is the key to preventing almost all learning-related problems. Therefore, it is necessary to understand what services are provided through a school counseling program to achieve effective teaching and learning. Counseling services provided by a counselor to a student are listed: orientation service, information service, assessment service, referral service and counseling service. Counseling services, if provided appropriately in schools, taking into account national educational goals, will be of a great importance for ensuring effective teaching and learning in general secondary education. Main problems which complicate counseling services provided by a specialist are highlighted. Basic skills and abilities which a counselor must have to become a professional in the field are revealed: building trusting relationships, active listening and empathy, goal setting and action plans, problem-solving strategies, providing information, emotional regulation and coping skills, referral to other professionals, regular follow-up, and confidentiality. The importance of a counselor's skills and abilities, which are important in supporting students in their learning and personal development is summarized, because they contribute to: improving students' academic skills, emotional and social development, reducing stress and anxiety, preventing school dropout and a career guidance.

Key words: school counseling, a student, counseling services, skills, personal development.