

УДК 376-056.264-051

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.ped.2024.1.13>**Анастасія ТУРУБАРОВА**

кандидат психологічних наук, доцент, декан факультету спеціальної освіти та соціально-гуманітарних наук, Хортицька національна академія, turubarovaan@gmail.com.
ORCID: 0000-0002-4806-4519

Юлія КЛОЧКОВА

доктор філософії, старший викладач кафедри спеціальної освіти, Хортицька національна академія, yuliya.tv@gmail.com.
ORCID: 0000-0002-9323-4142

Альона КОРОЛЬ

доктор філософії, асистент кафедри дошкільної освіти, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, akorolin@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0392-4113

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГОПЕДА У МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Стаття присвячена дослідженню особливостей професійної діяльності логопеда в медійному просторі. У роботі розглянуті ключові аспекти, що визначають ефективність логопедичної практики в контексті сучасних медіа. Автори розглядають виклики та можливості, які виникають перед логопедами у використанні різноманітних медійних платформ. Досліджено роль логопеда у просвітницькій та консультаційній діяльності в онлайн-середовищі. Розглянуто такі соціальні мережі – платформи для роботи логопеда онлайн: Youtube, Facebook, Instagram. Також розглянуто питання формування та підвищення медіакомпетентності логопедів для успішної взаємодії з сучасними медійними технологіями. У статті визначено та ретельно розглянуто різноманітні форми та види контенту, які виявилися ключовими для досягнення ефективної комунікації та плідної взаємодії логопеда з аудиторією.

У роботі представлено висновки наукового дослідження, яке націлене на визначення рівня медіакомпетентності логопедів, які здійснюють практичну діяльність в Україні. Детально розглянуті компоненти цієї компетентності, визначені різні рівні її виявлення та встановлені критерії оцінки. Дослідження включає в себе аналіз та класифікацію навичок та знань, які визначають успішну практику логопеда.

Докладно розглянуто кожен компонент медіакомпетентності, враховуючи їх взаємодію та вплив на професійну діяльність логопеда. Встановлені різні рівні виявлення медіакомпетентності – від низького до високого, кожен з яких характеризується певним ступенем оволодіння медійними навичками та знаннями.

Водночас, описано чіткі критерії, які допомагають оцінити рівень медіакомпетентності логопеда. Ці критерії базуються на ключових аспектах професійної діяльності. Представлено кількісні показники результатів дослідження та окреслено тематику подальших наукових розвідок.

Ключові слова: логопед, медіакомпетентність, медіапростір, робота логопеда онлайн, освіта.

Anastasiia TURUBAROVA, Yuliia KLOCHKOVA, Alona KOROL. SPECIAL FEATURES OF SPEECH THERAPIST'S PROFESSIONAL ACTIVITIES IN THE MEDIA SPACE

The article is dedicated to exploring the peculiarities of the professional activities of speech therapists in the media space. The paper delves into key aspects that define the effectiveness of speech therapy practice in the context of contemporary media. The authors examine the challenges and opportunities that arise for speech therapists in utilizing various media platforms. The role of speech therapists in educational and advisory activities in the online environment is scrutinized. Social media platforms such as Youtube, Facebook, and Instagram are discussed as online working platforms for speech therapists. Additionally, the formation and enhancement of media competence among speech therapists for successful interaction with modern media technologies are considered.

The article provides conclusions from a scientific study aimed at determining the level of media competence among practicing speech therapists in Ukraine. The components of this competence are thoroughly examined, different levels of its manifestation are identified, and assessment criteria are established. The research includes an analysis and classification of skills and knowledge that determine successful speech therapy practice.

Each component of media competence is meticulously examined, taking into account their interaction and influence on the professional activities of speech therapists. Various levels of media competence are identified, ranging from low to high, each characterized by a specific degree of mastery of media skills and knowledge.

Moreover, clear criteria are described to assess the level of media competence of speech therapists, which are based on key aspects of professional activity. Quantitative indicators of research results are presented, and the thematic focus of further scientific investigations is outlined.

Key words: speech therapist, media competence, media space, online speech therapy, education.

Постановка проблеми. Сучасні медіа інтегруються в різноманітні сфери людського життя, включаючи професійну діяльність. Однак фахівці педагогічного спрямування (в тому числі логопеди) в більшості своїй не готові до роботи в нових умовах через відсутність необхідних знань, умінь і досвіду. Таким чином, виникає необхідність переосмислення освітніх програм з метою підготовки висококваліфікованих спеціалістів, які володіють всіма компетентностями, необхідними для успішної професійної діяльності як у традиційних, так і в онлайн форматах, незалежно від умов.

Особливо актуальним це питання стало в умовах війни. Воєнний конфлікт призводить до ряду викликів для освітнього сектору, зокрема у плані забезпечення доступу дітей до якісної логопедичної допомоги. Враховуючи можливі обмеження фізичного доступу до медичних закладів та навчальних установ, використання онлайн-формату стає ефективним засобом забезпечення логопедичної підтримки для дітей, які перебувають у зоні конфлікту.

Онлайн-логопедія надає можливість здійснювати дистанційний контакт із спеціалістами, що особливо важливо в умовах, коли фізичний доступ обмежений або небезпечний. Онлайн-робота логопеда дозволяє підтримувати розвиток мовлення у дітей, незалежно від географічного розташування чи екстремальних умов.

Мета статті. Визначити поняття медійного простору, види професійної діяльності педагогів у ньому. Дослідити можливості професійної діяльності логопедів у медійному просторі. Визначити експериментальним шляхом рівень медіакомпетентності логопедів України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивчення наукових досліджень вказує на те, що медіакомпетентність у медіапросторі являє собою відносно новий і складний феномен, який досліджується як іноземними (Д. Баке, М. Перес-Родрігес, Дж. Поттер), так і вітчизняними науковцями (О. Галан, Н. Гмиря, О. Голубева, І. Наумук, А. Сулім).

Виклад основного матеріалу дослідження.

Медіапростір – це термін, що вказує на усю сферу масових медіа, яка включає в себе різноманітні засоби масової інформації, канали та платформи, що існують в сучасному інформаційному просторі. Це об'єднане середовище, де здійснюється обмін інформацією, новинами, розважальним контентом тощо.

Медіапростір включає традиційні засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо,

газети, журнали, а також нові технології, такі як Інтернет, соціальні мережі, потокове відео та інші цифрові платформи. Це динамічне середовище, що постійно змінюється та адаптується до потреб аудиторії та технологічних тенденцій.

Медіапростір є важливим інструментом для сучасних педагогів, який може бути використаний у різних аспектах їхньої професійної діяльності. Використання відеоуроків, презентацій та онлайн-підручників допомагає ілюструвати навчальний матеріал та збагачує знання учнів. Застосування інтерактивних дошок та онлайн-ігор стимулює учнів на уроці. Організація віртуальних екскурсій та віртуальних уроків надає можливість вивчати матеріал в цікавій формі [5; 7].

Також медіапростір використовується для комунікації та співпраці, зокрема, використання платформ для дистанційного навчання та відеоконференцій. Для самостійної роботи учнів та їхнього оцінювання використовуються онлайн-інструменти. Педагоги також можуть використовувати медіапростір для свого саморозвитку, участі в вебінарах, курсах і майстер-класах, щоб підтримувати свою професійну конкурентоспроможність у сучасному освітньому середовищі. Таким чином, медіапростір відкриває нові можливості для педагогічної діяльності в умовах сучасності.

Під час роботи з медіапростором важливо враховувати його властивості: мобільність, інтерактивність, конвенгерція, ризомність.

Мобільність надає можливість бути географічно незалежним, розширювати сферу своєї діяльності та залишатися в постійному зв'язку. Інтерактивність дозволяє взаємодіяти з клієнтами в реальному часі, покращуючи якість підтримки. Конвенгерція сприяє медіадіяльності та підсилює взаємозв'язок між технологіями та естетичними аспектами для досягнення оптимальної трансляції інформації. Ризомність відкриває можливості вибору для клієнтів, оскільки медіапростір характеризується відсутністю чіткої структури та децентралізацією інформаційних потоків [3].

Комунікативна взаємодія логопеда у медіапросторі є важливим елементом його професійної практики, вимагаючи від нього високого рівня адаптивності та креативності. Забезпечення ефективного обміну інформацією та взаємодії з різними аудиторіями включає в себе не лише використання різноманітних медіа-засобів, таких як відео та аудіо, але і вміння адаптувати свій стиль спілкування для відповіді на потреби конкретного співрозмовника. Логопед активно стимулює учасни-

ків спілкування до активної участі, сприяючи обміну ідеями та думками.

Особлива увага приділяється врахуванню гетерогенності аудиторії, і логопед працює над створенням інклюзивного середовища, де кожна особа має можливість висловити свої думки та відчувається важливою частиною комунікаційного процесу. Важливим аспектом є інтеграція різноманітних медіа-засобів з метою надання інформації в доступній та зрозумілій формі.

У ході вивчення цієї теми виокремлено 3 основні напрями діяльності логопеда в медійному просторі:

- консультації та заняття;
- просвітництво;
- маркетинг в соціальних мережах.

У медійному просторі логопед може реалізовувати консультації та заняття, використовуючи інтерактивні технології та медійні засоби. Комунікаційний процес стає більш гнучким та доступним, оскільки логопед може взаємодіяти з клієнтами в режимі реального часу, надавати індивідуалізовану підтримку та використовувати різноманітні формати для сприяння розвитку мовленнєвих навичок [10].

Медійне оточення надає можливість логопеду створювати цікаві та взаємодійні заняття, використовуючи аудіо- та відеоматеріали, інтерактивні завдання та мультимедійні ресурси. Це дає змогу створити динамічні уроки, які привертають увагу та сприяють активному залученню учнів до процесу навчання.

Важливим аспектом є гнучкість у виборі формату комунікації, який може бути індивідуальним чи груповим, в залежності від потреб та особливостей учнів. Логопед може використовувати віртуальні платформи, вебінари чи чати для забезпечення зручної та ефективної взаємодії. Комбінування традиційних методик логопедичної роботи з інноваційними медійними можливостями розширює арсенал інструментів для досягнення мовленнєвих цілей учнів [8].

У контексті медіапростору, просвітництво визначається як ключовий компонент логопедичної діяльності, активно виявляючись у приблизно 80% загальної активності фахівця незалежно від сфери його професійної діяльності. Ця форма взаємодії є вирішальною для підвищення рівня логопедичної грамотності серед населення, створення звітності про фахівця, а також сприяє формуванню позитивного ставлення клієнтів до спеціаліста.

Просвітницька діяльність логопеда має на меті поширення інформації про важливість логопедичного підходу, освітніх можливос-

тей, а також впровадження передових практик у цій сфері. Це є необхідним елементом для створення довіри між логопедом та його клієнтами, враховуючи значущість підсвідомого сприйняття фахівця як авторитету та партнера у питаннях розвитку мовленнєвих навичок [1].

У разі правильного впровадження просвітницької діяльності логопед може значно збільшити свою видимість та вплив на громадськість, сприяючи вдосконаленню рівня логопедичної культури в суспільстві.

Діяльність логопеда у сфері маркетингу в соціальних мережах визначається як важливий аспект його професійної практики. Цей вид комунікації є засобом підвищення обізнаності громадськості про логопедичні послуги, а також сприяє створенню позитивного іміджу та визначенню фахівця в цифровому просторі.

Рекламна діяльність логопеда в соціальних мережах передбачає систематичну публікацію інформації про його професійний досвід, методики роботи, успіхи та відгуки клієнтів. Цей процес орієнтований на підтримання активного взаємодії з аудиторією та формування довіри до логопедичної компетентності фахівця. Однією з ключових стратегій логопеда є створення інформаційного контенту, спрямованого на освітні цілі та своєчасну реакцію на запитання та потреби публіки. Це може включати у себе відеоуроки, статті, онлайн-консультації та інші формати, спрямовані на надання інформації та допомоги в галузі логопедії [4; 9].

У рамках визначення ключових напрямів діяльності логопеда в медійному просторі, виявилось необхідним провести дослідження та визначити шляхи реалізації цих напрямів. З цією метою були ретельно проаналізовані особливості соціальних мереж та унікальні аспекти діяльності логопеда в цьому контексті. Також була розглянута класифікація, форми та види контенту, які логопед може використовувати для взаємодії з аудиторією та впливу на неї.

Логопед у своїй професійній діяльності активно використовує соціальні мережі, серед яких особливо важливими є YouTube, Facebook та Instagram. Кожна з цих платформ має свої унікальні особливості, які логопед враховує для досягнення максимальної ефективності в комунікації та співпраці з аудиторією.

YouTube, як відеоплатформа, дає змогу логопеду створювати інформативний відеоконтент. Це може бути навчальні відеоуроки, поради з розвитку мовлення та інші корисні

матеріали. Важливим аспектом є можливість створення плейстів для систематизації матеріалів.

Facebook забезпечує можливість логопеду будувати спільноту та взаємодіяти зі своєю аудиторією через пости, коментарі та спільнотні групи. Важливо використовувати різноманітні формати контенту, такі як тексти, зображення та відео, для привертання уваги та підтримки інтересу.

Instagram, як візуально-орієнтована платформа, дає змогу логопеду створювати зміст у формі коротких відеороликів, фотографій та сторіз. Використання хештегів допомагає збільшити обсяг аудиторії та підняти візуальний рівень присутності.

Логопед, використовуючи соціальні мережі, може варіювати форми та види контенту для ефективної комунікації та взаємодії з аудиторією. Розглянемо основні з них:

1. Навчальні відеоролики, у яких логопед пояснює правила вимови, розвиває мовлення чи надає поради щодо роботи над мовленнєвими навичками;

2. Текстові пости, тобто публікації коротких інформативних текстів або порад, які можуть включати опис вправ, ігор або рекомендацій для розвитку мовленнєвих навичок;

3. Використання зображень для демонстрації правильного положення мовленнєвого апарату, графічного представлення вправ чи стимулюючих матеріалів;

4. Контент у формі сторіз. Це невеликі розповіді про реальні кейси, короткі історії успіху чи динамічні перегляди різноманітних вправ;

5. Інтерактивні запитання і голосування. Залучення аудиторії до участі через запитання, відповіді чи голосування сприяє активній взаємодії та залученню уваги.

6. Проведення онлайн-сесій, де логопед може відповідати на питання та спілкуватися з глядачами у реальному часі.

7. Розважальні пости. Важливо висвітлювати не тільки професійну інформацію, а й іноді розважити аудиторію, використовуючи гумор, меми чи креативні ігри, щоб підтримати позитивний настрій та залучення.

Метою нашого дослідження було визначити, наскільки медіакомпетентними є логопеди України. Вибірку експерименту склали 100 логопедів, що працюються на території країни онлайн та мають робочі сторінки у соціальних мережах. З метою об'єктивізації дослідження та математичної обробки були виведені критерії медіакомпетентності логопеда. До них увійшли: технічна медіаграмотність, медіапедагогічні навички, інфор-

маційна грамотність, творчість та інновації, етична медіакомпетентність, співпраця та комунікація в медіапросторі, адаптація до змін у медіапросторі, створення контенту для розвитку мовленнєвих навичок.

Медіакомпетентність логопеда в сучасному світі є важливим аспектом його професійної готовності до роботи з дітьми та особами із порушеннями мовлення. Ця компетентність включає в себе кілька ключових критеріїв, що визначають різні аспекти її змісту. Технічна медіаграмотність визначає рівень знань та навичок логопеда у використанні медіаінструментів та технологій. Вона передбачає не лише здатність працювати з певними платформами, а й масштабування його професійної діяльності та постійний зв'язок з клієнтами [6].

Медіапедагогічні навички включають в себе адаптацію контенту для потреб дітей із порушеннями мовлення та розуміння ефективних методів їх впровадження. Інформаційна грамотність передбачає критичне осмислення інформації, яку логопед отримує з різних медіа-джерел. Є важливою для правильного використання медіа в навчанні та розвитку мовленнєвих навичок учнів. Творчість та інновації характеризують здатність логопеда створювати унікальний контент та адаптувати його для різних груп учнів, сприяючи тим самим більш ефективному мовленнєвому розвитку. Етична медіакомпетентність визначається дотриманням логопедом етичних норм та стандартів під час використання медіа в професійній діяльності. Містить у собі питання конфіденційності, безпеки та відповідального використання інформації. Співпраця та комунікація в медіапросторі визначає здатність логопеда ефективно взаємодіяти з іншими фахівцями, батьками та учнями в віртуальному середовищі, сприяючи тим самим позитивним взаємодіям та обміну корисною інформацією. Адаптація до змін у медіапросторі визначає готовність логопеда до постійного навчання та адаптації до нових технологій та трендів у медіа.

Висновки та перспективи подальших досліджень. За означеними вище компонентами було проаналізовано та досліджено роботу логопедів. Встановлено 3 рівні медіакомпетентності: високий, середній, низький.

На високому рівні виявляється відмінна технічна медіаграмотність, що включає в себе вміння ефективно користуватися різними медіаплатформами, а також активно впроваджувати технології в свою професійну діяльність, надаючи високоякісні послуги в онлайн-форматі. Логопед володіє різноманітними

медіапедагогічними навичками, розробляє та використовує креативний та інноваційний контент, дотримується високих стандартів етики використання медіа та показує здатність до ефективної співпраці та комунікації в онлайн-середовищі. Логопед також відзначається готовністю до постійного навчання та адаптації до нових тенденцій у медіапросторі.

На середньому рівні медіакомпетентності логопед виявляє базовий рівень технічної медіаграмотності та вміння ефективно користуватися основними медіаплатформами. Він використовує стандартні медіапедагогічні методи та створює базовий контент. Логопед дотримується основ етики використання медіа та виявляє здатність до співпраці в онлайн-середовищі. Проте йому може бракувати глибокого розуміння сучасних тенденцій та новітніх технологій.

На низькому рівні медіакомпетентності логопеда можуть виявлятися обмежені технічні навички, недостатнє використання медіапедагогічних стратегій та створення базового контенту. Такий фахівець може демонструвати обмежене розуміння етичних аспектів використання медіа та показувати обмежені

навички співпраці в онлайн-середовищі. Такі логопеди можуть потребувати додаткової підготовки та підтримки для ефективного впровадження медіапростору у свою професійну практику.

Під час проведення дослідження встановлено, що за критеріями технічної медіаграмотності та інформаційної грамотності більшість логопедів (67%) розміщуються на середньому рівні. Водночас, за критеріями медіапедагогічних навичок, співпраці та комунікації в медіапросторі, а також за здатністю до створення контенту для розвитку мовленнєвих навичок більшість логопедів (75%) демонструють високий рівень компетентності. Щодо критеріїв творчості та інновацій, етичної медіакомпетентності та адаптації до змін у медіапросторі, 30% логопедів характеризується низьким рівнем, 50% – середнім, а 20% – високим рівнем компетентності.

Перспективи подальших наукових досліджень ми вбачаємо у розробці курсу підвищення кваліфікації для викладачів логопедії з метою підвищення рівня їх компетентності у медіапросторі.

Література:

1. Галан О. М. Формування медіакомпетентності в процесі вивчення суспільних дисциплін. *Young Scientist*. 2018. № 12(641). С. 21–24.
2. Гмиря Н. І. Кібербулінг: як виявити та попередити. *Психологічні умови розвитку особистісно-професійної компетентності педагога: матеріали II Всеукраїнського науково-практичного форуму «Соціальнопсихологічні аспекти розвитку особистісно-професійної компетентності педагога в умовах інноваційних змін» (07 – 12 грудня 2020 року, м. Суми)*. 2020. С. 29–33.
3. Голубева О. Є. Соціально-психологічне поле медіакомпетентності: спитай у Google. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2011. № 29. С. 319–332.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / за ред. В. Різуна. Київ, 2013 352 с.
5. Наумук І. Формування медіакомпетентності майбутніх вчителів в контексті інтегрованого підходу до медіаосвіти. *Інформаційні технології в освіті та науці: матер. VII-ї Всеукр. наук.-практ. конф. Мелітополь, 2015*. С. 127–132.
6. Семенов О. М. Медіаосвіта майбутнього вчителя у вищій філологічній школі: досвід зарубіжжя й України. *Українська мова і література в школі*, 2013. № 3. С. 30–38.
7. Сулім А. А. Медіакомпетентність як результат упровадження медіаосвіти. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2011. № 968 (3). С. 26–29.
8. Baake D. *Hanbuch Mediaen: Medienkompetenz*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung, 1999. 308 p.
9. Pérez-Rodríguez M. From Digital and Audiovisual Competence to Media Competence: Dimensions and indicators. *Comunicar*. 2012. № 20(39). P. 25–33.
10. Potter W. *Media Literacy*. London, 2001. 423 p.