

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИЧЕСКИЙ

Кафедра культурологии

Выпускная квалификационная работа

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МИФОВ И ЛЕГЕНД НАРОДОВ ПЕРМСКОГО КРАЯ С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ МЕДИА КАК КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО РЕСУРСА

Работу выполнил:

Студент 942 группы

направления 44.03.01

«Педагогическое образование»

профиль «Мировая художественная культура»

Колобов Денис Иванович

(подпись)

«Допущен к защите в ГЭК»

Зав. кафедрой культурологии,
кандидат исторических наук, доцент

Игнатьева Оксана Валерьевна

(подпись)

« _____ » _____ 2018 г.

Научный руководитель:

кандидат исторических наук, доцент

Сидорчукова Любовь Георгиевна

(подпись)

ПЕРМЬ

2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	2
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МИФОВ И ЛЕГЕНД В ЦИФРОВЫХ МЕДИА.....	11
1.1. Теоретические аспекты мифа.....	11
1.2. Цифровые медиа в аспекте культурологии.....	21
1.3. Интермедиальность в традиционных и современных мифах цифровых медиа.....	30
Глава 2. ПЕРМСКИЕ ЛЕГЕНДЫ И МИФЫ В КОНТЕКСТЕ ТРАДИЦИОННЫХ И ЦИФРОВЫХ МЕДИА.....	39
2.1. Бытование Пермских легенд и мифов в традиционных и цифровых ресурсах.....	39
2.2. Использование мультимедийных технологий в образовательном процессе.....	47
2.3. Создание культурно-образовательного ресурса в рамках краеведения.....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	64
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	71
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	1-10

Введение

Вопрос репрезентации мифов и легенд народов Пермского края с помощью цифровых медиа пока еще мало изучен как в теоретическом так учебно-методическом, прикладном аспектах. Следует подчеркнуть, что он является частью актуальной современной научной и образовательной стратегии – совмещение технологической и гуманитарной линии мышления.

Медийное оснащение уроков гуманитарного знания в образовательных практиках, цифровые технологии в культурно-просветительной деятельности убедительно демонстрирует это совмещение диаметрально противоположных полюсов культурного поля.

«Однако, сложная диалектическая игра, разворачивающаяся между ними, как раз и может помочь обнаружить неординарные закономерности стремительно изменяющегося способа человеческого существования.»¹

Цифровые медиа или новые медиа – это термин, который в конце XX века стали применять для интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями для обозначения отличий от традиционных медиа, таких как газеты. Этим термином обозначают процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций.

Самоидентификация народа всегда начинается с мифов, легенд, фольклора и т.п. За счет цифровых медиа на уроках можно внести весомый вклад в этот процесс, они могут быть потенциалом для сохранения и преобразования информации, касающейся представления об этнической и культурной идентичности. Синтез цифровых медиа и мифов, легенд Пермского края может полностью изменить представление школьников об

¹ В.Н. Железняк, вступительное слово к вестнику ПНИПУ. Культура. История. Философия. Право. – 2017. - №4. – с.5.

этом, но, сделать эту информацию ярче, интереснее за счет развития информационных технологий, урок можно превратить в увлекательное путешествие с наибольшей интерактивностью.

Актуальность выбранной нами темы обосновывается тем, что в настоящее время существует огромное количество информационных ресурсов, о которых не знают или мало используются для подготовки к определенным урокам. Это интерактивные карты, игры, лонгриды, 3D-моделирование. Репрезентация мифов и легенд Пермского края понимается в работе как часть центральной концепции медиаобразования.

Медиаобразование рассматривается в современном мире как «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации с целью формирования культуры общения с медиа, творческих и коммуникативных способностей личности, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники».²

Центральная концепция медиаобразования - репрезентация. Медиа не отражает реальность, а представляет ее. Медиаобразование базируется на ключевых концепциях: обозначение, ассоциация, жанр, отбор, невербальная коммуникация, язык медиа, естественность и реальность, аудитория, конструкция, репрезентация, переосмысление, код, кодирование, декодирование, сегментация, сюжетная структура, идеология, риторика, рассуждение и субъективность.³

²Федоров.А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Учебное пособие для вузов. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_eeb1101786a4523d0a2cdb2f01e962a0 (дата обращения: 15.06.2018).

³Федоров. А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. - 616 с.

Международная организация ЮНЕСКО, созданная для поддержки диалога культур разных стран и наций, считает, что «масс-медиа играют важную роль в образовании молодежи в духе мира, справедливости, свободы, взаимоуважения и взаимопонимания с целью поддержки прав человека, равенства этих прав для всех людей и наций, экономического и социального прогресса».⁴

Работа представляет собой поиск подтверждающей концепции медиаобразования, как массового социокультурного феномена, приобретающей характер одной из стратегий современного развития общества.

Предметом изучения в данной работе является репрезентация легенд и мифов Пермского края посредством цифровых технологий

Объектом данного исследования можно назвать цифровые медиа как культурно-образовательный ресурс.

Цель работы: Исследование значения цифровых медиа при репрезентации мифов и легенд Пермского края

Задачи исследования:

Теоретические задачи:

- Рассмотреть теоретические аспекты мифа и медиа
- Осуществить синтез-анализ мифа и медиа с целью выявления из взаимодействия как элементов единого процесса медиатворчества.

⁴ Федоров. А. Ф. Медиаобразование. История и теория. Учебное пособие для вузов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.psyfactor.org/t/Fedorov_ME_HistoryTheory_2015 (дата обращения: 15.06.2018).

Учебно-методические задачи:

- Разработать технологическую карту факультатива для репрезентации мифов и легенд Пермского за счет цифровых медиа
- Разработать методические рекомендации для обучения медиаграмотности
- Создание культурно-образовательного ресурса в рамках краеведения

Эмпирические задачи:

- Рассмотреть пермские легенды и мифы в контексте традиционных и современных медиа
- установить значение цифровых медиа в учебно-образовательной деятельности при репрезентации мифов и легенд Пермского края
- выявить медиаресурсы для их репрезентации

Гипотезы исследования:

1. Использование средств цифровых медиа способствует более глубокой заинтересованности в материале о легендах и мифах народов Пермского края.
2. Развитие цифровых технологий способствует более к творческому взгляду на культуру и аспекты развития народов Пермского края и их историческое прошлое.
3. Интерактивные площадки с использованием средств цифровой репрезентации мифов и легенд, развивает осознанный взгляд на культуру Пермского края.

Методы исследования:

В настоящей работе используются культурологический, антропологический, педагогический подходы.

1. Категориальный анализ, необходимый для исследования теоретических понятий
2. Метод синтез-анализа теории мифа и теории медиа для благополучной репрезентации мифов и легенд в цифровой среде
3. Метод сравнительного анализа

Состояние изученности проблемы характеризуется тем, что вопросы, затрагивающие теорию мифа, теорию медиа, интермедиальности, медиаобразования в той или иной степени отражены в трудах философов, этнографов, этнологов, археологов, семиотиков, антропологов.

1. В исследовании мифа одним из наиболее известных является историко-культурный (антропологический) подход. Его сторонники Дж. Фрезер, Э. Тайлор⁵, Л. Леви-Брюль, С. С. Аверинцев, Ф. Х. Кессиди, Е. М. Мелетинский, В. Я. Пропп⁶. Продолжавшие традицию разработки понятия мифа применительно к древним и «традиционным» обществам, первыми поставили проблему мифа, отметили его социальную значимость и тем уже вызвали к нему особый интерес.
2. Перспективными оказались исследования в области сравнительной мифологии Дж. Кэмпбелл, В. Тэрнер, М. Элиаде,⁷ А. М. Пятигорский, Д. Бирлайн. Данная группа исследователей выявила общие для всех

⁵Тайлор.Э. Б. Миф и обряд в первобытной культуре – Смоленск: Ру-сич, 2000. – 624 с.

⁶Пропп В. Я. Принципы классификации фольклорных жанров // Фольклор и действительность: Избранные статьи. - М.: Наука, 1976.

⁷Элиаде.М. Аспекты мифа / Пер. с фр. В. Большакова. — М.: Академический проект, 2010. – 240 с.

народов закономерности образования и функционирования мифов и определили отношение мифа к традиции.

3. Сторонники философско – культурологического подхода А. Ф. Лосев⁸, Й. Хейзинга⁹, Я. Э. Голосовкер, К.Хюбнер, П. С. Гуревич, М. К. Мамардашвили, продолжают разработку идей и представлений о мифе, идущих ещё от Дж. Вико и Ф. В. Шеллинга, но уже в свете современных достижений социальных и психологических наук.
4. Сторонники психоаналитического, подхода З. Фрейд, К. Г. Юнг¹⁰, Э. Фромм, Ж. Лакан, Э. Ноэль-Нойманн, В. Франкл, Л. Я. Гозман, С. Гроф, Д. В. Ольшанский, Т. Стефаненко, Е. Б. Шестопал, Т. Шибутани и др.) внесли самый весомый вклад в развитие мифа за последние сто лет.
5. Лингвистический подход. Главной заслугой сторонников данного подхода Э. Бенвенист, Л. Ельмслев, Н. С. Трубецкой, Р. О. Якобсон является изучение мифа как языкового феномена сознания. Выявив это ещё в XIX веке, лингвисты М. Мюллер, А. Н. Веселовский, А. А. Потебня с помощью истории приступили к рассмотрению, в каких временных рамках существуют вторичные коды.
6. Особо интересные исследования мифа, сделанные в последние десятилетия, были проведены в рамках семиологического подхода. Поскольку главной задачей семиотики является изучение создаваемых человеком знаково-символических систем, представители данного направления Р. Барт, Г. Д. Гачев, М. М. Бахтин, К. Леви-Строс¹¹, Ю. М. Лотман¹², Б. А. Успенский рассматривают миф как знаковую систему, наделяющую происходящее особой значимостью.

⁸Лосев А.Ф. Диалектика мифа. Сост.подг.текста, общ.ред. А.А.Тахо-Годи, В.П. Троицкого. М.; Мысль, 2001.- 558 с.

⁹Хейзинга Й. *Homo ludens*. Человек играющий. Сост., пер. и предисл. Д. В. Сильвестрова. Комм. Д. Харитоновича. — СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011

¹⁰Юнг К.Г. О современных мифах. - М.: Практика, 1994. - 252с.

¹¹Леви-Строс К. Структурная антропология – М.: Наука, 1985. – 536 с.

¹²Лотман Ю. М. Семиосфера – СПб.: Искусство-СПБ, 2004. – 704 с.

7. Теория медиа и теория интермедиальности имеет следующих исследователей: М. Маклюэн,¹³ Д. Тиль, П. Гроссвилер, У. Онг, Н. Луман, Р. Дебрэ,¹⁴ Ю. Мюллер, Д. Хиггинс.
8. Работы посвященные исследованию мифов и легенд Пермского края представлены следующими авторами: «Книга легенд. Туристские легенды» (П.С. Ширинкин, 2016), «Народы Пермского края. История и этнография» (А. В. Черных, 2007), «Сердце Пармы» (А.В. Иванов, 2003), «Звериный стиль: История. Мифология. Альбом» (Б.А. Эренбург, 2014).
9. Различные исследования по теории мифа, мифам и теории медиа, интермедиальности также представлены в следующих интернет-источниках: cyberleninka.ru, mediamedia.me, colta.ru, newtonew.com, metamodernizm.ru, miphologiya.ru, postnauka.ru, worlds-culture.ru, teterin.ru, cyland.org, media-pedagogics.ru, sila.media/edu, schoolkidmedia.tilda.ws, subbotin-permyak.com, finnougoria.ru.

Источниковой базой послужили:

1. Теоретические концепции исследователей мифологии, традиционных и современных медиа отраженные в научной литературе;
2. Тексты учебных программ по медиаобразованию;
3. Электронные ресурсы, отражающие теории мифа и медиа, интерактивные сайты касающихся интермедиальности, сайты по исследованиям цифровых медиа и их состояния в различные промежутки времени;
4. Работы касающихся непосредственно мифологии народов Пермского края;

¹³Маклюэн М. Понимание медиа. – М.: Кучково поле, Гиперборея. 2007. – 464 с.

¹⁴Дебрэ Р. Введение в медиологию . – М.: Практикс, 2010. – 368 с.

При всем многообразии научной литературы, практически нет научных исследований комплексного характера, в которых бы с позиции цифровых медиа были бы освещены проблемы медиаобразования в школе в современных его проявлениях. Необходимы научно обоснованные учебные и методические пособия по преподаванию медиаграмотности в средних и старших образовательных учреждениях, педагогических вузах.

Несмотря на большой объем представленной литературы и источников, в малом количестве встречаются общие систематизированные материалы по различным медиаобразовательным системам, в основе которых лежит культурно-образовательный ресурс как метод обучения медиаграмотности и репрезентации мифов и легенд Пермского края в цифровых медиа. Поэтому данная проблематика требует специального изучения и систематизирования.

Научная новизна состоит в том, что несмотря на широкий спектр исследований по проблематике медиаобразования и использование цифровых технологий в образовательной и культурно-просветительских практиках работы касающиеся репрезентации мало представлены. Сделана попытка применения новых концептуальных подходах в образовании к региональному материалу.

Практическая значимость работы.

Результаты данного исследования могут быть применимы не только для дальнейших научных разработок в области культуры, теории медиаобразования, а так же для практического применения результатов исследования в практике преподавания спецкурса для студентов. Эти результаты могут быть использованы для создания объектов и предметов, которые репрезентуют культурологические явления с помощью цифровых технологий. На основе проведенного исследования создание базы медиаресурсов, может быть использованы на уроках.

Структура исследования:

Данное исследование состоит из введения, основной части, в которой представлено 2 главы, заключения, библиографического списка и приложений.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты мифа, происхождение и развитие теории мифа, миф как первобытная форма мышления человека, анализируется традиционный миф и современный социальный миф, а так же рассматривается традиционные, новые медиа и их влияние на мифотворчество за счет интермедиальности.

Во второй главе идет рассмотрение Пермские легенд и мифов в контексте традиционных и цифровых медиа. Их бытование в традиционных и цифровых ресурсах. Описывается использование мультимедийных технологий в образовательном процессе. Описывается методика создания культурно-образовательного ресурса за счет цифровых медиа в рамках краеведения.

Также проводится мониторинг различных цифровых ресурсов, с помощью которых можно создать культурно-образовательный ресурс.

Глава I. Теоретические аспекты репрезентации мифов и легенд в цифровых медиа

1.1. Теоретические аспекты мифа

Современные исследователи: культурологи, социологи, антропологи, психологи стали обращаться к различным аспектам изучения роли мифа в культуре. Большинство авторов предоставляют различные трактовки мифа из-за относительной трансформации понимания мифа на протяжении всей истории человечества, начиная от первобытного общества заканчивая постиндустриальным или информационным обществом.

В этой главе мы рассмотрим роль мифа и его трансформации в общественном сознании, начиная от первобытности, заканчивая информационным типом общества. Проанализируем статус мифа в цифровых медиа и выявим основные электронные ресурсы, где они представлены в большом количестве.

Миф в традиционном понимании – это повествование, передающее представления людей о мире, месте человека в нём, о происхождении всего сущего, о богах и героях.

Стоит упомянуть теории о происхождении и сущности мифов:

- Эвгеризм. Основоположник этой теории Эвгемер Мессенский¹⁵ – древнегреческий писатель и философ IV – III вв. до н.э. Его именем она и названа. Эвгемер искал объективное содержание в мифах. Он исходит из предположения, что есть два разряда божеств: праздные боги, не вмешивающиеся в человеческие дела, - и народные боги, участвующие в жизни мира.
- Натуралистическая теория. Миф есть иносказательное запечатление природных явлений и объектов. Впервые эта идея была

¹⁵Лосев А. Ф.. История античной эстетики. Т. VII: Последние века. Книга 2. М.: Искусство, 1988. С. 195.

сформулирована еще в античности, в Европе возрождается в конце XVIII века. К. Ф. Дорнедден считал, что мифы Египта есть изображения годичного движения солнца и сопутствующих ему природных процессов. К. Ф. Вильней и Ш. Ф. Дюпюи говорили, что божества мифа – это обожествленные силы природы, по преимуществу солнца в своем циклическом движении.

- Лингвистическая теория связана с натуралистической, ее предложил М. Мюллер, чтобы объяснить, как, собственно, возникает миф. Происхождение мифа связано с особенностями языка, прежде всего – древнего языка. Человек нуждался в том, чтобы называть явления и вещи, но ресурсы языка были ограничены.
- Сциентистская теория. Вопрос о происхождении и роли мифов по своему решала английская антропологическая школа XIX в. (Э. Лэнг, Э.Б. Тайлор,¹⁶ Г. Спенсер). Сциентистская теория имеет эволюционистский характер и связана с позитивистской философией истории. Миф был истолкован как историческое явление. Миф – специфическое средство познания мира для древнего человека – «дикаря»; выражение его потребностей в объяснении действительности, любопытства. Миф есть попытка рационалистически объяснить труднообъяснимые вещи, уловить логику в хаосе бытия. Миф – это наука, это осознающая, интеллектуальная деятельность. Средств познания у человека было очень мало. Это примитивная наука, показывающая фантастический генезис вещей.
- Ритуалистическая теория. Основоположник этого направления в объяснении мифа – Д.Д. Фрэзер,¹⁷ автор огромного труда «Золотая ветвь». Его взгляды развивались в кембриджской школе исследователей (Д. Харрисон, Ф. Реглан, А.Б. Кун, Х.Г. Эстер и др.). В

¹⁶Тайлор Э. Б. Миф и обряд в первобытной культуре / Э. Б. Тайлор. – Смоленск: Русич, 2000. – 624 с.

¹⁷Гараджа В. И. Руткевич Е. Д. Типы магии. — Религия и общество. Хрестоматия по социологии. — М.: Наука, 1994. — Т. II. — С. 19-22, 26-27, 50-64. — 469 с.

России был близок к этой теории В.Я. Пропп. Ученые ритуалистической школы в XX веке утверждали, что мифотворчество – это не познавательная деятельность. Напрасно, с их точки зрения, искать в мифе и исторические реалии, что – то достоверное. В ритуалистической теории мифа связываются два феномена – миф и ритуал. Лорд Ф. Реглан говорил, что рукопожатие – это ритуал, чьим мифом является слово «до свидания».

- Психоаналитические и психосубъективистские теории мифа. Миф есть порождение человеческой души. Эти теории исходят из очевидных фактов. Миф существует в сознании человека, неотделим от психических процессов. И в то же время в мифах есть некая обязательность. Человек не придумывает их, а берет откуда – то словно бы готовыми. Один из крупнейших представителей этого направления Д. Кэмпбелл¹⁸, писал, что мифологические символы – не продукт произвола; их нельзя вызывать к жизни волею разума, изобретать и безнаказанно подавлять. Они представляют собой спонтанный продукт психики, и каждый из них несет в себе в зародыше нетронутой всю силу своих первоисточников.
- Теория Фрейда. Миф и психоанализ. Фрейд предположил, что в душе человека существует такой глубинный слой сознания, которое называется подсознательное, бессознательное. Это нижний этаж человеческого сознания, иррациональная неосознаваемая стихия.
- Социологическая теория. Основоположники Э. Дюркгейм, Л. Леви – Брюль¹⁹, Э. Кассирер и др. Согласно их взглядам, фантастические образы мифа являются перенесением на окружающий мир социальных норм, коллективного бреда общины. О том, что миф формируется, моделируется самодовлеющей коллективной душой, коллективным

¹⁸ Кэмпбелл Дж. Мифический образ / Пер. с англ. К. Е. Семёнова. — М.: Изд-во АСТ, 2002. — 686 с.

¹⁹ Леви-Брюль Л. Первобытная мифология: Мифический мир австралийцев и папуасов. — М.: Изд-во URSS, 2014. — 256 с.

сознанием той или иной конкретной общественной организации, говорил Дюркгейм.

Исходя из выше перечисленных теорий, мы определяем, что не существует единого определения мифа, так как это очень емкое образование. Стоит понимать, что миф – это не жанр, а форма мысли. Данное заключение дал Ф.В. Шеллинг. Он говорит о том, что миф – это предпосылка для развития древнегреческого и мирового искусства.²⁰

Мифологию создает народ на определенном этапе своего развития и в тесной связи с определенными этапами мировоззрения. Шеллинг говорил о новой мифологии, которая непосредственно развивается на почве истории, политики, социальных событий.

Например, А. Ф. Лосев дает следующее определение мифа, - создание воображения коллективной общенародной или индивидуальной фантазии, обобщённо отражающее действительность в виде чувственно-конкретных персонификаций и одушевлённых, очеловеченных существ, которые иногда у некоторых людей преломляются (претворяются) в сознании как вполне реальные. Отсюда мы можем понять, что данный исследователь, подтверждает слова Шеллинга о новой мифологии, которая тесно связана с народом и является источником мифа. Касаясь следующего утверждения Шеллинга о том, что мифология развивается относительно истории, политики и социальных событий, можно привести определение мифа Р. Барта.²¹ Миф – это это особая коммуникативная система, сообщение: философ определяет миф как совокупность коннотативных означаемых, образующих латентный (скрытый) идеологический уровень дискурса. Стоит отметить и двойкость смысла и направление мифа.

²⁰Шеллинг Ф. В. Й. Введение в философию мифологии. Историко-критическое введение в философию мифологии. Книга первая – М.: Мысль, 1989. – С. 159-374.

²¹Барт. Р. Мифологии / пер., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. — М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. — с. 20.

Барт писал, что миф пытается скрыть собственную идеологичность и изменить реальность, которая бы соответствовала ценностным ожиданиям носителей мифологического сознания. Он подчеркивает, что миф – это не пережиток архаического сознания, а огромная часть современной культуры.

Исходя из современной культуры то, А. М. Цуладзе²² утверждает, что миф создает особую, мифологическую реальность, которая воображается человеком как истинная, объективная реальность. Он утверждал, что наши представления об окружающем мире носят мифологический характер, хотя сами мы этого не осознаем, и для человека, живущего в мифе, мифология – это единственная возможная реальность.

Культуролог А. В. Ульяновский²³ определяет социальный миф как идеологическое, сугубо рациональное образование для достижения определенной цели. Данное утверждение тесно связано с утверждением Цуладзе, который писал, что наше рациональное, всего лишь является рационализацией, попыткой прикрыть наши рациональные доводы, поступки и т. д, которые продиктованы сигналами исходящими из бессознательного.

В настоящее время идет разделение на классические(традиционные) мифы и современную социальную мифологию.

На данном этапе нашей работы мы используем статью Л.Я. Курочкиной, О.В. Екимовой²⁴ по проблемам традиционных и современных мифов: их сходства и различия.

Важнейшая черта традиционного и современного мифа, это, что они существуют на уровне коллективного бессознательного. М. Элиаде пишет,

²²Цуладзе. А. М. Политическая мифология. –М.: Эскмо, 2003. – с. 200.

²³Ульяновский. А. В. Мифодизайн в рекламе. — СПб. : Филологический ф-т СПбГУ, 2011. —с. 25

²⁴Екимова О.В., Курочкина Л.Я. Мифотворчество: особенности проявления в системе современных ценностей // Вестник Воронежского государственного технического университета. – 2009. – № 7. – С. 36-38.

что коллективное мышление ни в одном из обществ никогда не отрицается. Единственное, отличие, что у большинства индивидов присутствует персональное мышление, которое в традиционном обществе отсутствовало или почти отсутствовало.

Миф в современном обществе сохраняет свою нормативную функцию – набор правил, обычаев, норм, которые приняты в обществе.

Миф сохраняет и свою символическую, метафорическую составляющую. Но, современный социальный миф использует наиболее бедный язык символов, это прежде всего связано с развитием традиционных медиа и цифровых медиа и направлен на манипулирование сознанием. В традиционном мифе мы наблюдаем наиболее красочные и продуманные сюжеты, изобилие культурной символики и т.д.

Современный миф формируется из большего информационного потока, традиционный миф, наоборот, из-за бедности знаний об окружающем мире. Миф в традиционном обществе выполнял функцию дополнения существующей реальности.

В современной культуре традиционный миф остается как некое следование обычаям древних праздников, мифологические аспекты которых не осознаются. М. Элиаде²⁵ указывает, что некоторые празднества, отмечаемые в современном мире и внешне являющиеся чисто мирскими, все же сохраняют мифологическую структуру и функцию.

Таким образом, миф существует в любом обществе, так как коллективное сознание присуще всем. С учетом изменчивости общества мифы будут непосредственно с детства интегрированы в существующую реальность и, непосредственно, мифы будут отображать изменения в

²⁵Элиаде М. Космос и история. – М.: Прогресс, 1987. – 311 с.

культурной, социальной, политической среде. В каждой эпохе присутствуют свои мифологемы.

Феномен мифа рассматривается и с положительной и с отрицательной точки зрения, но, маловероятно, что миф исчезнет из нашей повседневной жизни.

Миф в традиционном обществе – это освоение мира. В информационном обществе – это катализатор по актуализации насущных проблем или интеллектуального поиска.

При рассмотрении традиционного и современного мифа, мы приведем характерные черты и типы мифов.

Исследование архаических мифов позволяет отметить некоторые общие черты, присущие мифам.

- Отождествление фантазии с реальностью. Человек, верящий в миф, живет в мире, наполненном смесью реальности и фантазии.
- Наглядно-образная природа. Миф объясняет реальность не через абстрактные понятия, а с помощью наглядных образов и чувственных ассоциаций.
- Эмоциональная насыщенность. Миф вовлекает людей в переживание происходящих в нем событий.
- Миф воспринимается как реальность и требует от человека реалистичной реакции на происходящее. Связь с магией. Миф не только формирует духовную жизнь, он имеет и практическую направленность, дает людям инструмент воздействия на окружающий мир.

Следует обратить внимание на то, что миф был направлен на индивидуальную психику человека главным образом в плане

приспособления индивида к социуму. Миф глубоко социален и даже социоцентричен, так как ценностная шкала определяется общественными интересами рода и племени.

Внутри общества миф так же имел особую половозрастную направленность и был направлен на конкретного представителя социума. Поэтому классификация мифов довольно разнообразна.

- Антропогонические мифы – мифы, повествующие о происхождении человека.
- Космогонические мифы – мифы о происхождении мира. Каждый народ вырабатывал свою трактовку происхождения мира. Так, например, для славян характерны представления о происхождении мира из частей первобога Рода Великого, а для австралийских аборигенов характерны представления о мировом яйце
- Мифы о культурных героях – повествования о первопредках, богах – мироустроителях. Зачастую они совпадают с мифами обряда инициации – посвящения во взрослые члены общества.
- У многих народов присутствуют мифы эсхатологические – о конце мира, апокалипсисе. Развитые эсхатологические мифы известны у древних майя, ацтеков, в христианстве, в германо-скандинавской мифологии.

Современные мифы заимствуют элементы из других культурных форм, в том числе и из науки. Многие мифы XX века выступают в качестве рационального знания, а иногда строятся по образцу теоретических концепций. В составе современной мифологии можно выделить несколько основных ее форм.

- Мифы массовой культуры – создание стереотипов восприятия, сведение всего художественного многообразия к единой норме –

тривиально-обыденному. Средства информации не просвещают, но манипулируют сознанием. В массовой культуре миф проявляется через создание имиджа и рекламу.

- Имидж – иллюзорная форма сознания, основанная на псевдофактах, упрощенном изображении реальности. Представляет собой псевдоидеал (фирменная марка, политический лозунг). Так же имидж представляет собой уподобление предмету поклонения, веры. Как правило, имидж пассивно связан с потребительским сознанием и отвечает мечтам и интересам людей.
- Реклама формирует потребительское сознание. Приобщает к коллективным ценностям – быть похожим на кого-то. Реклама, как правило, коммерческий акт, ориентированный на продаже не самого товара, но мечты. Так же реклама способна создавать модель поведения.
- Неомифы – как форма знания миф утрачивает свою актуальность, существует как побуждение к действию. Актуализация мифа связана с его разрушением, с возникновением нового мифа, дающего новые возможности изображения человека и мира. Форма неомифа, как правило, характеризуется наличием сна, галлюцинаций, потока сознания.

Основными художественными принципами создания неомифологических текстов являются: обращение к сказочной фантастике и создание двоимирия (сказки Гофмана); использование традиционных мифов для мифологизирования современной действительности («Улисс» Джойса). В литературе XX используются культурные мифы: ницшеанский миф о дионисийской сущности человека, фрейдистская версия мифа об Эдипе.

В данной подглаве мы проанализировали теоретические аспекты мифа и пришли к заключению, что миф присущ каждому обществу на протяжении

всей истории не смотря на какие – либо существенные или не существенные изменения, так как миф – это простая рационализация нашего мышления, которая исходит из коллективного бессознательного.

Разделяя миф на традиционный и современный, мы переходим к анализу цифровых медиа или новых медиа, которые относительно традиционного мифа несут только интеллектуально-транслирующую функцию. В современном мифе, цифровые медиа выступают средством создания социального/политического мифа из-за огромного количества информации, который человек не в силах обработать.

1.2. Цифровые медиа в аспекте культурологии

В рамках, протекающих в современном мире процессов глобализации и информатизации развитие глобальных телекоммуникационных и информационных систем, таких как Интернет, приводит к определенной трансформации территориальной и социальной структуры общества, как в масштабах всей Земли, так и в отношении отдельных территорий.

О подобной системе трансформации общества заявил Маршалл Маклюэн²⁶ в своей книге «Понимание медиа: внешние расширения человека», опубликованной в 1964 г. В ней теоретик демонстрирует системные связи между различными областями деятельности человека. По словам Маклюэна, появление нового средства доставки информации меняет людей больше, чем контент этого средства.

Ученый выделил три этапа в развитии цивилизации.

- Первый этап - первобытная дописьменная культура, основанная на принципах коллективного образа жизни, восприятия и понимания окружающего мира. На этом этапе жизнь общества детерминирована устными средствами коммуникации.
- На смену первобытной пришла письменно-печатная культура. С появлением печатного станка наступила эпоха дидактизма, индивидуализма и национализма, которая породила «типографского и индустриального» человека. Письменно-печатная культура, в понимании ученого, является элитной, доступной лишь образованным людям.

²⁶Маршалл М. Понимание медиа: внешние расширения человека. — М.: Кучково поле, 2007. — 464 с.

- Третий современный этап развития цивилизации, считает Маклюэн, принадлежит электричеству. Оно мгновенно связывает людей во всем мире, устраняет границу между днем и ночью, и превращает мир в одну «глобальную деревню». По мнению Маклюэна, с помощью электронных СМИ общество возвращается в первобытное состояние, в котором у человека возрождается естественное слухо-визуальное многомерное восприятие мира и коллективности.

В наступившей эпохе «нового племенного человека» царствует миф, а с помощью средств массовой информации, по предсказаниям Маклюэна, вскоре «можно будет держать под контролем эмоциональный климат целых культур». Следует отметить, что Маклюэн оказался прав: в конце первого десятилетия XXI в. с помощью «электрических» СМИ оказывается сильное воздействие на населения целых стран с целью изменить точку зрения людей.

Маклюэн полагает, что процесс безграничного развития информации вынуждает людей быть вовлеченными в дела друг друга, будто это были наши собственные проблемы. Тем самым он говорит про современные социальные сети, которые в нашей современности тесно связаны с нашей жизнью. По мнению автора данной работы, социальные медиа перестанут играть роль дополнительного источника информации - они станут основными ньюсмейкерами и интерпретаторами новостей для их пользователей. Тем самым в эпоху глобальной деревни появляются новые виды предоставления информации или новые медиа. Новые медиа являются неотъемлемой частью современной культуры. Данный термин стал использоваться в конце XX века, когда произошел большой рост появления интерактивных электронных изданий. Цифровые медиа – это процесс развития новых форм предоставления информации или развитие цифровых, сетевых, коммуникационных форм.

У новых медиа есть три составляющие – это цифровой формат, мультимедийность, интерактивность.

На данный момент распространение новых медиа весьма широко, в данный сегмент можно отнести интернет, компьютерные игры, цифровые фильмы, фотографии, виртуальный мир. Возможности новых медиа дают большое поле для экспериментирования из-за своей многогранности использования и возможностями.

Следует разделять медиа, на новые и старые, и среди них много отличий.

- Старые медиа медленнее, чем новые
- Старые медиа закрытые, новые открытые
- Старые медиа имеют публику, новые пользователей
- Старые медиа многословные, новые кратки
- Старые медиа доставляют текст, новые картинку
- Старые медиа пассивны, новые активны
- Старые медиа дают генерировать содержание производителю, новые пользователю

Старые и новые медиа схожи только в одном, у них присутствует коммуникативная задача, только изменчивы формы и методы этой доставки. Чтобы понимать различия форм, нужно обратиться к классификации новых медиа.

- СМИ(газеты, радио, телевидение)
- Популярные медиа(ТВ, фильмы, книги)
- Визуальные медиа(Игры, виртуальная реальность, арт-проекты в интернет среде)

- Цифровые медиа(е-книги, интернет, игры, форумы, чаты, социальные сети, интерактивные сайты, мультимедийные выставки)

В контексте нашей работы нас интересует цифровые медиа, которые в большей степени связаны с развитием современной культуры. Термин «цифровой» в данном словосочетании вызывает, пожалуй, наименьшие дискуссии, указывая на особенности новых носителей информации, систем производства, хранения и передачи данных в противоположность аналоговым.

Л.З. Манович²⁷ писал, что новые медиа вбирают в себя языки искусства прежних эпох, язык массовой культуры, язык масс-медиа. Он настаивает на том, что нужно перестать считать артефактами цифровых медиа(сайты в сети интернет, компьютерные игры, социальные сети, VR-пространства) как произведения или продукты. Вместо этого они являются «объектами цифровых медиа».

«Объекты цифровых медиа» могут включать в себя артефакты исторического и культурного наследия человечества – тексты, изображения, видео, компьютерные программы и т.п. Такие объекты «новых медиа», как сервисы Интернет и компьютерные программы, видеоигры и сетевые базы, функционируют благодаря технологическому компьютерному языку – программному коду и программным протоколам. Цифровой программный код – это своего рода язык, но язык специфический, язык «исполняемый», то есть осуществляющий непосредственный контроль за операциями.

Пользователь получает возможность действовать, управлять программами, благодаря пониманию интерфейсов, узнаванию клавиш

²⁷Манович Л. Что такое «новые медиа» и каков их язык?[Электронный ресурс] / Л. Манович. – Электрон.ст. – Режим доступа:http://radio_mohovaya9.tilda.ws/manovich - – Загл. с экрана. (дата обращения: 15.05.2018)

управления, пиктограмм, способности интерпретировать тексты, изображения и пр. информацию отсюда, например, рождается такое явление, как интерактивность, присущая и особо почитаемая в среде компьютерных интерактивных игр. Интерпретация здесь служит цели пользовательского действия (интерактивность), а действие осуществляется в том числе благодаря интерпретации интерфейсов и объектов «новых медиа».

Интерактивность²⁸ (англ. interactive) в переводе с английского означает взаимодействие. Известно, что традиционные живопись, литература, кинематограф и телевидение немислимы вне взаимодействия художника с материалом (медиумом), из которого он создает свое произведение. Рецепция произведения искусства тоже подразумевает взаимодействие между текстом (произведением) и зрителем/читателем/реципиентом, который интерпретирует содержание произведения. В этом смысле возникает подозрение, что «старые» медиа (тексты, книги, кинофильмы, фотографии, телепрограммы и пр.) тоже «интерактивны». Интерактивность пользователя или интеракция с программным кодом или его написание, рождает современный «просьюмеризм».

Термин «просьюмеризм»,²⁹ введенный Э. Тоффлером,³⁰ означает, что активный пользователь с помощью «цифровых медиа» может самостоятельно конструировать собственные медиаобъекты. Тем самым современный активный пользователь с его багажом исторически-культурного опыта может заново репрезентовать, то или иное явление с помощью цифровых программ. Такой пользователь производит то, что интересно ему и он в силах это воспроизвести, например, канал Youtube, сайт Behance служащий базой портфолио из которых большинство является «просьюмеристами».

²⁸Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интерактивность> — Загл. с экрана. (дата обращения: 16.04.2018 г.)

²⁹Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Просьюмер> — Загл. с экрана. (дата обращения: 16.04.2018 г.)

³⁰Тоффлер Э. Третья волна— М.: АСТ, 2010. — 784 с

Тут стоит упомянуть теорию интермедиальности, приобретающая все большее распространение в гуманитарных науках. Теория интермедиальности является актуальным научным направлением, привлекающим в последние годы все большее число исследователей. Такой интерес вполне закономерен, ведь интермедиальность отвечает основным тенденциям современной гуманитаристики: стремление к междисциплинарности; высокий интерес к проблемам медиа на фоне активного развития цифровой культуры; поиски свежих методологических подходов, соответствующих новым культурным реалиям. Интермедиальный взгляд позволяет системно представить сложные процессы межсемиотических корреляций, так как концентрирует внимание не только на участниках коммуникации (будь то искусство, наука или культура в целом), но и на механизмах их взаимодействия, а также его последствиях.

Вопрос терминологии является одним из ключевых в представленном перечне, так как определяет суть явления. В самом общем смысле под интермедиальностью сегодня понимают особый тип отношений, возникающих между медиа. Но в виду многозначности как самого понятия «медиа», так и приставки «интер» принципы и объекты такого взаимодействия в различных исследовательских подходах отличаются. Так, интермедиальность аккумулирует в себе два ключевых значения латинской приставки «интер» (inter): «между» («среди») и «взаимно» (ср. интерактивность, интерференция), обозначая такой механизм взаимодействия медиа, при котором контактирующие медиа не просто соединяются в едином синтетическом пространстве (например, театр как соединение музыки, изображения, пластики и действия), но включаются друг в друга, пересекая границы, оказывая обязательное взаимное влияние, видоизменяя и трансформируя друг друга. Такой подход определяет сферу интермедиальных «интересов», обращаясь и к технологическим аспектам соотношения медиа (например, интермедиальный нарратив в

литературе), и к проблемам рецепции (художественный диалог или восприятие медиа социумом).

Об интермедиальности как особом типе внутритекстовых взаимосвязей в художественном произведении, основанном на взаимодействии художественных кодов разных видов искусств, говорит и Н.В. Тишунина,³¹ выделяя помимо узкого и более широкий смысл интермедиальности - «создание целостного полихудожественного пространства в системе культуры (или создание художественного "метаязыка" культуры)». Кроме того, исследователь конкретизирует определение интермедиальности, делая упор на форме коммуникативного посредничества, где интермедиальность выступает в качестве «специфической формы диалога культур, осуществляемой посредством взаимодействия художественных референций. Подобными художественными референциями являются художественные образы или стилистические приёмы, имеющие для каждой конкретной эпохи знаковый характер»

Влияние идей М. Маклюэна на становление и развитие теории интермедиальности неоднократно отмечалось исследователями. Так, Алексей Тимашков говорит о двух ключевых тезисах концепции Маклюэна, которые нашли непосредственное развитие в теории интермедиальности: это идеи импликации и гибридизации медиа. В первом случае канадский ученый развивал мысль об эволюции медиа как смене «холодных» (давно существующих) и «горячих» (недавно появившихся) медиа, при которой каждый новый медиум в процессе развития общества «охлаждается» и оказывается имплицитно в новые медиа, более «горячие», чем данный. Такой подход дает возможность систематизировать существующие медиа, а также определить принцип взаимодействия между медиа, когда медиум как

³¹Тишунина Н. В. Методология интермедиального анализа в свете междисциплинарных исследований // Методология гуманитарного знания в перспективе XX века. К 80-летию профессора М. С. Кагана. Серия «Symposium». № 12. СПб., 2001. С. 149-154.

таковой оказывается вехой в эволюции человека, а его содержанием становится другой медиум. Во втором ученый говорил о гибридизации как способе порождения новой формы в результате взаимодействия двух медиа. Именно изучение этих процессов дает возможность более глубокого понимания медиа

В ряде подходов интермедиальность представляет собой явление межсемиотической интертекстуальности, когда текст одного искусства, включаясь в художественное пространство другого, практически теряет свою самостоятельность, начиная жить по законам новой среды. В этой связи интермедиальность не может быть сведена только к «проблеме источников и влияний»; здесь следует говорить скорее о своеобразной модификации различных языковых структур и образований, включающихся в новый языковой и смысловой контекст. Таким образом, в интермедиальности наблюдается не просто диалог искусств, а их перевод. Перевод здесь понимается не буквально, а как метафора, обозначающая процесс интерпретации, в пределах которой заключено множество отличных друг от друга текстов. Традиционное понимание перевода, распространяемое на тождественные языки (сформированные в рамках одной семиотической системы), предполагает трансформацию исходного текста в соответствии с заданными правилами, т. е. создание некоего эквивалента этого текста. В то же время семиотический перевод устанавливает между художественными языками отношения «условной эквивалентности» и предполагает возвращение не к исходному, а к новому тексту, что соответствует механизму творческого мышления.

Подводя итог сказанному, можно сделать вывод, что сегодня в гуманитарной науке остается актуальным широкий подход к пониманию интермедиальности и ее роли в решении вопросов медиакоммуникаций. Многозначность понятия «медиа», также высоко востребованного современной наукой, определило доминирование трех ключевых векторов в

изучении интермедиальности: медиатехнологическая, культурно-эстетическая и социально-коммуникативная.

Тем самым, цифровые медиа рожают большое количество образовательных сайтов, игр, подкастов, каналов, 3D-галерей, VR-пространств из-за протьюмеристов - пользователей – инициаторов того или иного объекта цифровых медиа относительно своих интересов, знаний и средств.

1.3. Интермедиальность традиционных и современных мифов цифровых медиа

При анализе традиционных и современных мифов, мы выделим объекты цифровых медиа в которых, непосредственно, существуют и видоизменяются различные мифы. Стоит отметить, что в ниже приведенных мифах присутствует так называемая свободная интерпретация мифа, а так же интермедиальность, о которой было написано в предыдущей главе.

Составляющие объекты цифровых медиа – это сайты, видео, аудио, игры.

Сайты по традиционным мифам в большей степени имеют целостность (присутствуют тематические сайты по различным традиционным мифам). Современные мифы в большей степени носят фрагментарный характер (присутствуют статьи, но, не тематические сайты). Если брать современную мифологию, таких как Ктулху³² и Пастафарианство,³³ общество круглой земли, то, в данных направлениях присутствуют тематические сайты.

Видео и аудио, представляющие традиционные мифы, присутствуют на youtube-каналах, рассказывающих о том или ином мифе или легенде народов мира. Присутствуют англоязычные подкасты, которые пользуются огромной популярностью в среде зарубежных школьников. Образовательная программа Ted – Ed, демонстрирующая традиционную мифологию при репрезентации за счет векторной анимации. Современные МИФИ представлены на youtube-каналах, касающихся теорий заговора и политических мифов, часто каналы имеют социально-политическую направленность, а не мифологическую. Один из потенциально тематических

³² Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ктулху> – Загл. с экрана. (дата обращения: 16.05.2018 г.)

³³ Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/пастафарианство> – Загл. с экрана. (дата обращения: 16.05.2018 г.)

примеров – это программа **«Адам бесит всех»**. В этой передаче происходит ознакомление с социальными мифами и их опровержениями.

Говоря о играх по мотивам традиционных мифов, следует подчеркнуть большое количество игр, которые в большей степени пользуются своей популярностью из-за своей динамики и интерактивности геймплея. Динамика – «God of War» – греческая мифология, интерактивность – «Vannarsaga» – скандинавская мифология. Современная мифология в играх носит фрагментарный характер и используется для создания альтернативного будущего, для создания сюжетов, основа которых - теория заговора. Но, и с другой стороны в некоторых инди-играх (инди-игры создает чаще всего группа просьюмеров-пользователей от одного до 5 человек) присутствует конструктор для создания неосоциальной мифологии или виртуальной социальной мифологии, например, манипуляция сознанием NPC или воздействия на искусственный интеллект в играх.

Исходя из выше перечисленного анализа объектов цифровых медиа, мы подошли к выводу, что в современном мире существует так называемая интермедиальность и мифотворчество. Мифотворчество – это один из множества элементов интермедиальности. Например, игра «God of War», в которой присутствует антигерой Кратос, в традиционной мифологии существовал не как человек или полубог, а как Титан, который был слугой Зевса, приковавший Гефеста к скале. В современной интерпретации же, он являлся слугой Ареса, но, по определенным обстоятельствам, пошел против воли Богов и уничтожил их.

Другой пример репрезентативности - коми-пермяцкие мифы – это игра пермских инди-разработчиков, про человеколося. В этой игре стоит отметить несколько вещей – это прежде всего edutainment – технология (игровое обучение), большое количество информации по мифам коми-пермяцкого народа, хороший и минималистический интерфейс, мифодизайн

человеколосья или дополнение к существующему мифу.³⁴ (См. приложение 1 – 1,2,3)

Хороший пример мифотворчества в начале XX века – это миф о «Ктулху», созданный Г. Лавкрафтом. В данном произведении интермедиальность в отношении мифа и медиа носит под собой репрезентационно – конструктивный элемент. Так как божество Ктулху, изначально был взят и проинтерпретирован Лавкрафтом из мифологии народов южной Америки. Что касательно новых медиа, данная интермедиальность обусловлена совершенно новыми объектами медиа – игры, программы, художественные фильмы, тематические сайты.³⁵

Исходя из вышеперечисленных примеров, мы приходим к выводу, что традиционные мифы не только видоизменяются, но, и создаются на основе их совершенно новые мифы. Главные причины видоизменчивости – это дополнение традиционного мифа под развитием современного мира, который использует определенные средства, необходимые для интермедиальности. Основой же для создания современного мифа все так же используется мифологема – набор универсальных компонентов.

Конструировать новую, «мифологическую» реальность можно с помощью любых медиасредств (литературы, изобразительного искусства, телевидения, кино, прессы и др.). Дело в том, что «в мифе мир освоен, причем так, что фактически любое происходящее событие уже может быть вписано в тот сюжет и в те события и приключения мифических существ, о которых в нем рассказывается». По мнению Мамардашвили, «миф есть рассказ, в котором уместаются любые конкретные события; тогда они

³⁴ «Любая игра – это опыт, который ты не можешь получить в реальной жизни», - Владимир Белецкий, разработчик компьютерной игры по мотивам коми-пермяцких мифов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.echoperm.ru/interview/299/139163/> - Загл. с экрана. (дата обращения: 16.05.2018 г.)

³⁵ Спрэг Де Камп. Л. Лавкрафт: Биография. — СПб.: Амфора, 2008. — С. 656

понятны и не представляют собой проблемы»³⁶. То есть в восприятии мифа срабатывают те структуры сознания, которые позволяют «упорядочить картину мира», адаптируя индивида к условиям жизни, окружающей реальности.

Особое место занимают мифы национальные. Именно они составляют «душу народа», если следовать терминологии Лебона.³⁷ Национальное самосознание формируется на основе мифов и неотделимо от них. Точнее было бы сказать, что исторические события становятся значимыми для потомков, когда вписаны в структуру национального мифа. В этом смысле история нации - миф, созданный ею о самой себе. Одним из первых, кто предложил использовать миф в качестве политического инструмента, был теоретик синдикализма Ж. Сорель. Он считал, что мифы должны создаваться искусственно, чтобы воодушевлять массы.³⁸

Социокультурная ситуация современной России дает возможность понять не только новые «виртуальные» мифы, не адекватные действительности, но и вызовы информационной эпохи: «демассификацию» СМИ, триумф телекратии и клипкультуры, метаморфозы массмедиа в условиях «свободы без границ», обусловленные незрелостью демократических институтов и т.д.

Виртуальная реальность порождает иные культурные идентичности и модели субъективности - нестабильные, диффузные. И в чем-то можно согласиться с М. Можейко, по – мнению, которого «новый субъект порождается и существует только в интерактивной среде, «online». А это ставит всех нас перед задачей формирования новой идентичности, нового «глобального» мышления гражданского общества».

³⁶ Мамардашвили М. К., Пятигорский А. М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке. — М.: Языки русской культуры, 1997. — 324 с.

³⁷ Лебон. Г. Психология народов и масс. — М.: Академический проект, 2011. — 238 с

³⁸ Миф, сила и насилие в философии Ж. Сореля. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.runivers.ru/philosophy/logosphere/471679/>– Загл. с экрана. (дата обращения: 16.03.2018 г.)

Особенно актуален вопрос о медиаобразовании³⁹, роль которого возрастает в эпоху глобализации, когда Россия интегрируется с западноевропейским сообществом. Медиаобразование - существенный фактор модернизации социокультурной сферы, способствующий формированию интеллекта, критического мышления, нравственной культуры личности XXI в., готовой жить и работать в цивилизованном многонациональном демократическом обществе.

Медиаобразование особенно актуально в современной школе. Из медиадизайна мы можем выделить два явления – это мифотворчество и мифодизайн.

С.С. Калиниченко из Томского университета говорит, - «Детская картина мира сходна с мифологической картиной мира. А переход от детства к взрослому состоянию есть аналог перехода от первобытного состояния к цивилизации. Сходство детских представлений с мифом сводится даже не столько к схожести содержания (наличие богов, героев, чудовищ, чудесных превращений), сходство обнаруживается даже в форме интерпретации действительности, “строении сознания”. В мифологическом мышлении все неопределенно, все расплывчато, все отождествляется всему. Детское сознание также характеризуется недифференцированностью. Многочисленные отождествления: субъективного и объективного, частного и общего, желаемого и действительного, образа и вещи - характерны как для первобытного мифа, так и для детского восприятия. И мифологическое и детское восприятия нечувствительны к логическим доводам и противоречиям. Таким образом, детям свойственно преобладание бессознательного (мифологического) компонента в восприятии действительности. Тем не менее, сознание ребенка не сводится к

³⁹ . Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/медиаобразование> – Загл. с экрана. (дата обращения: 11.05.2018 г.)

мифологическому сознанию в результате корректирующего воздействия социальной среды и окружения».⁴⁰

По мнению некоторых исследователей современного мифотворчества, мифотворчество - это этап жизни субъекта, через который он проходит не раз (только в детстве), а в каждый момент своего личностного развития. Этому свидетельствуют слова С.В. Григорьева: «В своих многообразных попытках достичь целостного и обязательно субъективного как присвоенного, индивидуально-типологического, уникально-личностного и т. п. знания о мире или о себе человек из раза в раз проходит через миф и мифотворчество как культурно-исторический этап - период - момент своего личностного становления и развития».⁴¹

Кроме того, быстрому распространению мифов способствуют особенности мышления, характерные для современного общества: не критичность в восприятии действительности; наличие стойких предубеждений к сведениям, распространяемым официальными источниками; низкая информационная культура. В связи с большим количеством распространенных в мире мифологем, когда миф становится частью культуры, современная культура характеризуется как «неоархаика». При этом мифотворчество и мифодизайн проявляются в различных областях деятельности.

В XX в. мифологичными чертами стали окрашиваться художественные аспекты жизни, когда именно литературные произведения находились в центре внимания мифологов. Однако помимо влияния на литературу, мифология оказывала воздействия на другие виды искусства: музыку,

⁴⁰ Калиниченко С.С. МИФОДИЗАЙН КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН [Электронный ресурс] / Калиниченко С.С. – Электрон.ст. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mifodizayn-kak-sotsiokulturnyy-fenomen> - Загл. с экрана

⁴¹ Калиниченко С.С. УСЛОВИЯ И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МИФОТВОРЧЕСТВА И МИФОДИЗАЙНА / Известия Томского политехнического университета. 2010. Т. 317. № 6 с. 148-152

живопись, кино и т. д. Необходимо отметить, что искусство, так же как и наука, не только помогает зарождению мифов, но и черпает из них запас образов, которые получают в искусстве новую жизнь, отличную от непосредственных информационных структур.

Однако наиболее широко мифодизайн проявляется в массовой культуре. Во-первых, из вышесказанного следует, что «массовое сознание по сути своей мифично». Во-вторых, средства массовой информации выполняют объединяющую роль, тем самым человек становится не только потребителем, но и соучастником мифотворчества.

Таким образом, массовая культура действительно стала индустрией по производству мифов, в которой в большей степени проявляет себя такой социокультурный феномен, как мифодизайн/мифотворчество.

Формирование новых мифов в современной России зачастую вытесняет объективный анализ реально протекающих в культурно-историческом времени процессов. Необходимым представляется соблюдение объективности научно-методологического подхода в изучении этих процессов. Пока же в силу целого ряда причин квазинаучные по определению изыскания многих современных исследователей в области национальной истории и культуры по своим содержательным конструкциям и по характеру идеологического дискурса, вкладываемого в их, подпадают под определение мифотворчества. Или, как определял этот жанр «историко-культурного творчества» и «историко-социально-политического конструирования» известный историк И. М. Дьяконов⁴² «третичной» мифологии. Дьяконов отличал данный жанр «исторического промысла» от «первичной», или архаической, мифологии, которой традиционно занимаются специалисты в области фольклора. По этому определению мифы

⁴² Дьяконов И. М. Архаические мифы Востока и Запада. М., 1990. – 247 с.

могут создавать и сами ученые, что неизбежно приводит к распространению псевдонаучных теорий. Следует также отметить, что непосредственные создатели этой «третичной мифологии», а тем более рядовые пользователи зачастую сами искренне верят в ее истинность.

Этнонациональный миф имеет и важную компенсаторную функцию. Данный миф нужен людям в критические моменты их истории: «когда этнической группе грозит утрата культуры и языка, когда этнические меньшинства борются против дискриминации и ее последствий, когда народ ведет борьбу за политическую самостоятельность, когда на развалинах империи возникают новые государства, когда имперский в прошлом народ испытывает дискомфорт, теряя прежний статус, когда два соседних народа предъявляют права на одну и ту же территорию, которую оба они издавна занимали, когда пришельцы разного этнического происхождения сплачиваются в новую этническую группу, наконец, Когда единый в прошлом народ оказывается разорванным на части и образует новую диаспору».⁴³

Мифологическое понимание действительности осуществляется также и в осмыслении окружающего пространства. Культурное освоение жизненного пространства проявляется в его сакрализации в соответствии с прежней «прародиной» этносов, что находит выражение в их этногенетических мифах. Так, например, идет активная борьба за статус «арийцев», который кажется привлекательным многим этнонационалистам от русских и украинских до осетинских и таджикских.

Особенно явно процесс мифологизации сферы политики в России просматривается в региональном культурном пространстве. В результате

⁴³Воронова. Н. И. ОСОБЕННОСТИ ЭТНОНАЦИОНАЛЬНОГО МИФОТВОРЧЕСТВА В КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-etnonatsionalnogo-mifotvorchestva-v-kulture-sovremennoy-rossii> (дата обращения 14.04.2018)

региональной фрагментации в России оказались затруднены коммуникационные процессы общенационального и межрегионального масштаба. Нехватку информации помогали преодолевать мифологические конструкции, для которых точность деталей менее важна, чем правдоподобие и соответствие уже сформированным стереотипам массового сознания. Прежде всего осуществлялась мифологизация, связанная с сакрализацией, т. е. выводом за рамки повседневности каких-либо сфер деятельности, персон и т. д., в том числе и власти. Формирование региональной мифологии как социокультурная и политическая технология имеет свои особенности.

Формирование этнонациональных мифологий происходило (и продолжает происходить) как спонтанно, так и целенаправленно. Источником стихийной мифологизации могут быть стремление населения обосновать и обозначить свое место среди других, так и потребность защитить свое особое положение «лучших» - самых богатых, самых сплоченных, самых древних и т. д.

Другой путь - это целенаправленное создание системы мифологем, а фактически - национальной идеологии. На этот путь встают институционализированные субъекты, обладающие собственными интересами в сферах межнационального взаимодействия.

Глава 2. Пермские легенды и мифы в контексте традиционных и цифровых медиа

2.1. Бытование Пермских легенд и мифов в традиционных и цифровых ресурсах

Традиционные и цифровые медиа на данный момент, являются неотъемлемой частью современного общества. Если же рассматривать по степени развития того или иного вида медиа, то, цифровые медиа находятся на пике своего развития притесняя традиционные медиа. Традиционные медиа состоят из бумажного варианта презентации той или иной информации (книги, газеты, документальные фильмы, аудиозаписи и т.п.). Цифровые медиа состоят из так называемых цифровых ресурсов, которые наиболее гибки в современном обществе, это проявляется в развитии обычных сайтов, интерактивных сайтов, мультимедиа презентаций и т.п. Гибкость цифровых медиа, в контексте внедрения в учебно-образовательный процесс, построена на двух видах презентации и репрезентации – это десктоп версия и мобильная версия. Десктоп версия – это поиск и ознакомлений с той или иной информацией за счет компьютера, мобильная версия – это ознакомление с информацией за счет мобильного многофункционального гаджета.

На данном этапе работы стоит применить и осветить термин «юзабилити»⁴⁴ (англ. Полезность, удобность) - этот термин эргономики активно используется в информационной среде. Международный стандарт КО определяет его следующим образом: «степень, с которой продукт может быть использован определенным пользователями для достижения определенных целей эффективно, продуктивно и вызвать удовлетворение пользователя в определенном контексте». Проще говоря, если

⁴⁴ Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Юзабилити> – Загл. с экрана (дата обращения 10.06.2018)

информационный ресурс не удобен в использовании, то, им перестают пользоваться.

«Рассматривая современное поколение школьников, с уверенностью можно сказать, что у них клиповое мышление. Суть клипового мышления заключается в том, что оно умеет и любит быстро переключаться между разрозненными смысловыми фрагментами», — отмечает в своей работе К. Фрумкин.⁴⁵ Главное достоинство «клипового восприятия» — большая скорость обработки информации. Другая его особенность — предпочтение нетекстовой, образной информации. Обратной стороной клипового мышления, требующего своеобразной виртуозности и реактивности, является неспособность к восприятию длительной линейной последовательности — однородной и одностильной информации, в том числе книжного текста».

Тем самым, затрагивая бытование пермских легенд и мифов в традиционных и современных медиа, мы должны понимать, что традиционные медиа являются не источником информации, а источником репрезентации, которая происходит за счет цифровых медиа. Что на наш взгляд положительно сказывается на репрезентации мифов и легенд в современных медиа из-за современного клипового мышления.

Мы попробуем проанализировать бытование Пермских легенд и мифов в традиционных и современных медиа.

Бытование пермских легенд и мифов в традиционных медиа представлены, в работе П.С. Ширинкина. Книга легенд. Туристские легенды.⁴⁶ Описание данной книги таково, - «Большинство легенд основано на реальных событиях, старинных народных преданиях и современных

⁴⁵ Фрумкин, К. Г. ГЛОБАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В МЫШЛЕНИИ И СУДЬБА ТЕКСТОВОЙ КУЛЬТУРЫ [Электронный ресурс]]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-izmeneniya-v-myshlenii-i-sudba-tekstovoy-kultury> – Загл. с экрана (дата обращения 10.06.2018)

⁴⁶ Ширинкин, П. С. Книга легенд. Туристские легенды Пермского края / П. С. Ширинкин. – Пермь : Пресстайм, 2013. - 395 с.

туристских байках, которые любят передавать из уст в уста. Стиль изложения каждой легенды специально задуман так, как если бы вы слушали увлекательный рассказ экскурсовода, который должен стать обязательным мотивом к путешествию по Пермскому краю. Древние легенды, вогульские чудища, тайны, клады, чудеса, судьба Романовых и предсказание будущего Прикамья и всей России. Золото адмирала Колчака и разгадка тайны гибели экспедиции Дятлова!» Книга легенд П.С. Ширинкина состоит из 256 легенд, которые включают в себя различные мифы и легенды Пермского края, начиная от легенд пермского периода до современных городских легенд. **(См. Приложение 2 – 4).**

Научное сообщество восприняло книгу «Туристские легенды Пермского края» скептически, поставив её в один ряд с псевдоисторическими произведениями Алексея Иванова, прославившего родной край в романе «Сердце Пармы, или Чердынь – княгиня гор». Павел Сергеевич польщён таким сравнением, но на творчество Иванова предлагает взглянуть с другой стороны: «Можно по-разному относиться к его историзму, но, давайте честно, Иванов сделал для популяризации Прикамья для туристов больше, чем все остальные вместе взятые. Ну и что, что Чердынь на него обижается».⁴⁷

Вторая работа называется «Народы Пермского края. История и этнография» автор А.В. Черных.⁴⁸ Исследование в данной книге посвящено истории и культуры народов, традиционно проживающих на территории Пермского края: русских, коми-пермяков, башкир, удмуртов, марийцев и манси. **(См. Приложение 3 – 5).**

«Мы решили создать книгу, которая объединила бы информацию по всем коренным пермским народностям», — говорит директор книжного

⁴⁷ Занимательное краеведение по-пермски. [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ocher.biblioteka-perm.ru/news/2018/04/02/6534/> – Загл. с экрана (дата обращения 10.06.2018)

⁴⁸ Черных А. В. Народы Пермского края: история и этнография/ А. В. Черных. — Пермь: Пушка, 2007. — 295 с.

издательства «Пушка» Неля Зенкова. В книге почти 300 страниц и более 800 фотографий, большая часть из них публикуется впервые. Это уникальные съёмки обрядовых действий и праздников, производимые в ходе полевых исследований в различных районах Пермского края. Это редкие фотографии конца XIX — начала XX веков из архивов краеведческих музеев. Это многочисленные фольклорные тексты на национальных языках. Издавна Прикамье является многонациональным регионом. Создать обобщенный образ каждого народа, способствовать воспитанию терпимости и уважения к культуре, традициям, обычаям наших соседей – одна из основных задач издания.⁴⁹

Третья работа – «Сердце Пармы» А.В. Иванов.⁵⁰ В данной книге описание представлено следующим образом, - «Странные дела творятся на востоке от Москвы, в Предуралье. Странные и страшные. Там живут дикие племена, царят древние боги. Там торжествует магия и слабеет сила креста. Суров тот край и законы его. Кто выживет, сумеет сберечь душу? Русские, вогулы, татары... Хумляльты, ламии, люди... Одержимые страстями, совестью, долгом, любовью – все они идут за птицей своей души. Залит кровью путь к власти вогульского князя Асыки. Окутан тайной путь храмодела Калины. Тяжела доля Чердынского князя Михаила. Лишь смерть воина Полюда ясна и определена, и лишь он поистине бессмертен. Разные у них дороги, хоть переплетены и запутаны между собой. Но всем им грозит тяжелая длань князя Московского, создающего свое царство. Для него мелки конфликты далекой пермской земли, раздираемой в клочья изнутри. Что ему чья-то любовь, чья-то клятва? Неотвратимо надвигается на Парму московская рать, движимая государственными интересами. Перемальвая судьбы, перекраивая землю и не замечая, как земля эта сама перекраивает пришельцев». (См. Приложение 4 – 6).

⁴⁹ В Перми выпущено энциклопедическое издание о народах Пермского края. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.encyclopedia.ru/news/enc/detail/2417/> Загл. с экрана (дата обращения 10.06.2018)

⁵⁰ Иванов. А. Сердце Пармы. – М.: АСТ, 2016. – 512 с.

Критика заметила роман сразу после выхода в свет. По мнению Бориса Кузьминского, автор «убедительно реконструировал ментальность великой северной цивилизации, навсегда канувшей в Лету». Многими отмечался необычный язык: «варево из славянских, финно-угорских и тюркских протословес» При этом Иванов многократно указывал на то, что он оставил фантастику и что «Сердце пармы» не имеет отношения к этому жанру.⁵¹

Четвертая работа - «Звериный стиль: История. Мифология. Альбом» Б.А. Эренбурга.⁵² В данной книге присутствует альбом предметов звериного стиля и сборник мифов уральских народов. (См. Приложение 5 – 7).

«Звериный стиль: история, мифология, альбом» представляет переложение многочисленных научных источников по теме от специальных работ археологов до культурологических работ В.Проппа, М.Элиаде и других ученых. Эренбург сопровождает источники авторскими литературными реконструкциями, широко используя сборники мифов уральских народов. Книга относится к жанру научно-популярной литературы, поэтому текст читается легко, доступен для всех, не только для специалистов. Борис Эренбург рассказывает удивительную историю прихода кочевых ираноязычных племен— сарматов и аланов— на Урал и в Западную Сибирь, где они смешались с бьярмами (эти племена наука называет людьми ломоватовской и неволинской культуры, а их потомков — обскими уграми). На Урал сарматы принесли технологии литья металлов и культурный импульс Ирана и Боспорского царства.⁵³

Проанализировав традиционные медиа которые состоят из изданий относящихся к легендам и мифам Пермского края, мы пришли к выводу, что

⁵¹ Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Сердце_пармы – Загл. с экрана (дата обращения 10.06.2018)

⁵² Эренбург Б. А. «Звериный стиль: история, мифология, альбом» — Пермь: Сенатор, 2014. — 212 с.

⁵³ Мифология. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.perm-animal-style.ru/mythology/album/> Загл. с экрана (дата обращения 10.06.2018)

(не умаляя при этом значения этих серьезных работ) в данных изданиях присутствует большое количество информации из которой нужно выбирать те или иные аспекты, которые представляют субъективный интерес. Например, в данной исследовательской работе мы с этим столкнемся при создании теоретического медиаресурса. Если брать работу П.С. Ширинкина, то, для репрезентации нам интересны прежде всего мифы и легенды Пермского края. В остальных изданиях нужно выборочно подходить к фрагментам, которые с одной стороны кратки, с другой стороны информативны.

Современные медиа в нашем регионе хорошо представлены этнофестивалями. Особенно следует отметить такое мероприятие как КАМWA - это Международный фестиваль современных этнических культур, который проводится в Перми с 2006г.⁵⁴ Анализируя сайт фестиваля, мы столкнулись с такими мультимедиа – объектами, как радио, музыка, новости, проекты. Из данных объектов, мы нашли, мероприятия и проекты, которые нас интересуют. Например, мероприятие «Чудо-чуди» - это масштабный арт-проект с участием современных художников и дизайнеров. Проект включает в себя выставочное пространство: картины, скульптуры, инсталляции, фотографии, видео, перформансы. Организаторы проекта предоставляют интересную образовательную программу для школьников и студентов с интерактивными занятиями и мастер-классами. Второй проект – антология традиционного фольклора народов Прикамья – это сайт, который знакомит нас с мифами и легендами народов Прикамья.

Так же особый интерес представляет сайт Коми-пермяцкого краеведческого музея им. П.И. Субботина-Пермяка,⁵⁵ находящийся в городе Кудымкар. В первую очередь сайт выполнен в минималистических деталях,

⁵⁴Этнофестиваль КАМWA. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kamwa.ru/> – Загл. с экрана. (дата обращения 10.06.2018)

⁵⁵Коми-Пермяцкий краеведческий музей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.subbotin-permyak.com/> – Загл. с экрана. (дата обращения 10.06.2018)

что благоприятно сказывается на пользователя, ведь в современном обществе, где присутствует большое количество информации, важная составляющая любого ресурса – это присутствие только самых главных источников информации. Важной функцией сайта служит – 3D-музей со встроенным аудиогидом. Тем самым не выходя из дома мы можем переместиться на интересующую нас экспозицию и послушать виртуального гида. Данная мультимедиа технология дает огромные преимущества для распространения той или иной информации. Данная функция сайта – полезна для школьников из отдаленных регионов, для детей-инвалидов и т.д.

Если же рассматривать, другие сайты относящиеся к репрезентации мифов и легенд народов Прикамья, то, мы обратим внимание на важную деталь, которая присутствует только в современных медиа – это гиперссылка, переводящая мгновенно нас на ту или иную интересующую информацию.

Гиперссылка бывает двух видов – это текстовая и мультимедийная ссылка. Текстовую гиперссылку мы можем наблюдать в Word, Powerpoint на сайтах-конструкторах. Мультимедийная ссылка состоит из графического, аудиовизуального компонента, что непосредственно, привлекает внимание пользователя и кратко презентует информацию. Например, выше мы упомянули сайт фестиваля КАМWA, на этом сайте с помощью графической гиперссылки мы натолкнулись на интересующие нас информационные ресурсы и перешли по данным гиперссылкам – это Антология традиционного фольклора народов Прикамья и на арт-проект «Чудо-чуди».

В ходе исследования, мы выяснили, что бытование пермских легенд и мифов в традиционных медиа обширно представлены. Присутствует большая база для репрезентации данных легенд в цифровую среду. Мы выяснили, что главным преимуществом современных медиа – это гиперссылка, краткая и информативная информация, использование мультимедиа технологий и т.п.

Но, на данный момент времени бытование Пермских легенд и мифов как в традиционных, так и в современных медиа расположены в равном положении. С одной стороны присутствует огромная база для репрезентации, и существуют сайты с легендами и мифами пермского края, но, с другой стороны практически не использованы мультимедиа технологии для репрезентации мифов и легенд Прикамья. Присутствуют только сайты, где расположена база данных мифов и легенд, и главное преимущество перед традиционными медиа – это гиперссылка. Тем самым произошла обыкновенная транспортировка информации в наиболее удобное место.

2.2. Использование мультимедийных технологий в образовательном процессе

Внедрение мультимедиа технологий в образовательный процесс является одним из важнейших средств информатизации образования. Мультимедиа технологии и соответствующие образовательные ресурсы развиваются очень быстро. Если в первом издании российского справочника по CD-ROM и мультимедиа 1995 г. перечислено всего 34 вида мультимедиа-продуктов образовательного назначения, в издании 1996 г. таких продуктов было уже 112, вначале 1998 г. это число превысило 300 единиц, то сейчас этот список составляет более 1,5 тыс. наименований. Внедрение мультимедиа технологий в образовательные процессы является одним из ключевых моментов информатизации образования. В настоящее время мультимедиа технологии относятся к одним из наиболее динамично развивающихся и перспективных направлений информационных технологий.⁵⁶

Основными целями применения мультимедиа являются развитие творческих способностей учащихся через интерактивность, которая открывает перед ними огромные познавательные способности. Интерактивность мультимедийных средств подразумевает широкий круг возможностей воздействия на процесс обучения и содержание учебных материалов со стороны пользователя. Мультимедиа средства можно разделить на несколько видов:

- мультимедийные средства линейного представления информации;
- гипертекстовые мультимедийные средства;
- мультимедийные руководства;

⁵⁶ Стариков. Д. А. О ПОНЯТИИ МУЛЬТИМЕДИА ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-ponyatii-multimedia-tehnologii-i-ih-ispolzovanii-v-obrazovatelnom-protssesse>– Загл. с экрана. (дата обращения 10.05.2018)

- средства для создания мультимедиа

Если рассматривать пример ознакомления учеников с мифами и легендами Прикамья, то, тут приемлемо использовать средства линейного представления информации, так как ученики обладают весьма ограниченными знаниями в сфере мифов и легенд Прикамья. Если брать нелинейное представление информации или гипермедиа и гипертекст, то, по сравнению со средствами линейного представлением мультимедиа-информации такие средства обладают гораздо большим потенциалом интерактивности.

Проблема создания и дальнейшего сопровождения мультимедийных средств обучения осложняется многообразием используемых при разработке программно-технических средств и инструментариев. Это вызывает определенную трудность, а часто и невозможность комплексно использовать различные обучающие программы в рамках одного учебного курса.

Но, применение мультимедиа средств обучения позволяет:

- решить задачи гуманизации образования;
- повысить эффективность учебного процесса;
- развить личностные качества обучаемых;
- развить коммуникативные и социальные способности обучаемых;
- существенно расширить возможности индивидуализации и дифференциации открытого и дистанционного обучения;
- определить обучаемого в качестве активного субъекта познания;
- учесть субъективный опыт обучаемого, его индивидуальные особенности;
- осуществить самостоятельную учебную деятельность;

- привить обучаемому навыки работы с современными технологиями, что способствует его адаптации к быстро изменяющимся социальным условиям;

Мультимедийные средства обучения являются перспективным и высокоэффективным инструментарием, позволяющим предоставить преподавателю массивы информации в большем объеме, чем традиционные источники информации; наглядно в интегрированном виде включать не только текст, графики, схемы, но и звук, анимацию, видео и т.п.; отбирать виды информации в той последовательности, которая соответствует логике познания и уровню восприятия конкретного контингента обучающихся.⁵⁷

Если рассматривать информационные технологии обучения, появилось множество средств организации обучения:

- носители учебной информации: электронные (компьютерные программы, электронные учебники), лазерные (CD-ROM, DVD, мультимедиа, помогающие обеспечивать интерактивность взаимодействия учащегося с учебным материалом), сетевые (Web-сайты, дистанционные курсы в сети Интернет);
- передающие учебную информацию, но не являющиеся ее носителями (мультимедийный видеопроектор для проведения интерактивных лекций, звуковые колонки и др.);
- вспомогательные (Microsoft Office, например, программная оболочка PowerPoint, в которой создаются мультимедийные презентации для выступлений, информационно-иллюстративные презентации, презентации — тесты и презентации-викторины и др.)

⁵⁷Аминов И. Б., Ходжаева Д. Ф. Применение средств мультимедийных технологий как условие повышения качества обучения // Молодой ученый. — 2015. — №21. — С. 759-761.

В начале 1990-х гг. отечественные компьютерные фирмы начали выпуск энциклопедий на компакт-дисках. Подобный тип программного обеспечения не всегда годится для использования на учебных занятиях. Исследователи называют следующие основные причины этого:

- при кажущейся простоте поиск информации, особенно если эта информация не связана гиперссылками, может занять в ходе урока чрезмерно много времени;
- сама информация может не соответствовать тем задачам, которые учитель ставит на уроке

Учитывая эти проблемы, разработчики программных средств учебного назначения начали создавать продукты с мультимедийными возможностями.

- Демонстрационные, которые показывают запланированный ход того или иного явления, используя графические, цветовые, звуковые возможности компьютера.
- Моделирующие программы позволяют получить различные результаты, меняя факторы, влияющие на ход событий.
- Обучающие программы создают ситуацию, цель которой — развитие интересов и способностей школьников, навыков работы с компьютером.
- База данных создает условия для хранения огромной информации и оперативного представления при решении тех или иных познавательных задач. Наиболее распространены базы данных, относящиеся к хронологии, народонаселению, местам событий, историческим деятелям, документам, статистике и т. д.
- Мультимедийные компьютерные учебники.

Мультимедийные гипертекстовые продукты являются мощным средством индивидуализации обучения. Работа с мультимедийной системой

формирует и развивает способность к самостоятельной деятельности по получению и развитию знаний и умений.

Исходя из этого, мы выявили одну из главных функций мультимедиа-это ее интерактивность, взаимодействие с пользователем-учеником. Чем больше интерактивность, тем больше информации пользователь-ученик сможет запомнить, а потом воспроизвести ее. Люди запоминают только 20% того, что они видят, и 30% того, что они слышат. Также запоминается 50% того, что видят и слышат, и целых 80% того, что они видят, слышат, и делают одновременно. Если просто воспринимать мультимедиа как комбинацию разнородных данных, а именно текста, графики, звука, видео, в единой информационной среде, позволяющей пользователю вести с ней диалог, и основанной на компьютерных технологиях, то уже можно говорить об интерактивном мультимедиа. В последнее время все чаще встречается понятие «гипермедиа», подразумевающее использование интерактивного мультимедиа с навигационной структурой в большой сетевой системе. Если правильно использовать мультимедиа как образовательный инструмент и предоставлять учебный мультимедиа материал (мультимедиа контент) с комбинированным воздействием на слух и зрение, доля усвоенного составит 50%, а при вовлечении обучаемого в активные действия (интерактивное мультимедиа) - до 75%.⁵⁸

Компьютеризированное обучение на базе технологии мультимедиа не может заменить человека-преподавателя, но оно может дополнить и усовершенствовать деятельность преподавателя, особенно в тех областях, в которых развиваются самостоятельность, творческое мышление.

⁵⁸ Нечкин. Д. Б. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУЛЬТИМЕДИА ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-multimedia-tehnologiy-v-obrazovanii>– Загл. с экрана. (дата обращения 10.05.2018)

Рассматривая современные мультимедийных технологии ориентированные на образовательный процесс, то, мы сталкиваемся с одной проблемой. Данные мультимедийные образовательные продукты пишут не учителя, а программисты, которые порой некомпетентны в образовательной сфере. При разработке таких продуктов необходимо представлять педагогические и психологические проблемы, связанные с этим методом обучения. Помимо всего прочего, многие продукты самодостаточны, ориентированны на самостоятельное обучение.

Самый удачный пример образовательно-программного продукта – это «КМ-школа».

«КМ-Школа»⁵⁹ - это информационный интегрированный продукт для средней школы, созданный на основе Интернет/Интранет технологий. Он объединяет уникальный образовательный мультимедийный контент, систему управления им, а также удобные и эффективные средства для автоматизации администрирования в школе. Продукт "КМ-Школа" полностью отвечает современным требованиям к формированию единой образовательной среды в школе. Продукт предназначен в первую очередь для преподавания в классе, ориентирован на вовлечение в учебный процесс всех его участников, включая родителей, предоставляет возможность учиться в любом месте и в любое время, находясь в любой точке земного шара, содержит обширный массив уникальной эксклюзивной мультимедиа-информации, безупречно оформленный согласно законодательству в области авторских прав, ориентирован на рост, т.е. на совершенствование до бесконечности без необходимости замены каких-либо технических устройств на новые, доступен за самые небольшие средства, очень эффективен с экономической точки зрения, уникален по своим характеристикам, не имеет конкурентов на

⁵⁹ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИНТЕГРИРОВАННЫЙ ПРОДУКТ «КМ-ШКОЛА» [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.km-school.ru/r1/general/a1.asp> (дата обращения 20.04.2018)

рынке, обладает интуитивно понятным интерфейсом, легок в использовании.

Программный продукт КМ-школа состоит из следующих компонентов.

- База знаний. Разнообразный образовательный мультимедийный контент для потребностей учителей любых предметов, оперативные средства управления учебными материалами позволяющие более эффективно провести наглядные, интерактивные занятия. База знаний включает в себя: уроки по всем предметам школьной программы, репетиторы по различным предметам, энциклопедии, словари, справочники, электронная библиотека.
- Программный комплекс. Система управления Базой знаний и широкий спектр компьютерных инструментов для директора, завуча, учителя, учеников и их родителей, системного администратора школы позволяют в полном объеме использовать современные информационные технологии для решения всех задач организации и проведения учебно-воспитательной работы.
- Интернет-сервисы. Обеспечение круглосуточного доступа к образовательному мультимедийному контенту - Базе знаний, экспресс-обучение пользователей, методическая и техническая поддержка, хостинг сайта образовательного учреждения в Интернете, обеспечение круглосуточного доступа к образовательным ресурсам продукта "КМ-Школа" сотрудникам образовательного учреждения с домашних компьютеров.

Повышенный интерес к мультимедиа технологиям, внедрение таких технологий в образование привел к тому, что многие преподаватели осваивают инструментарию создания мультимедиа контента и учебных мультимедиа продуктов. Заметим, что преподаватели зачастую не являются программистами. Именно это все привело к появлению нового класса

программ, позволяющих разрабатывать мультимедиа продукты, и не ориентированные на программистов.

Тем самым на данном этапе работы мы выделили несколько онлайн-сервисов для создания мультимедийных продуктов:

- «Лонгрид»⁶⁰ – «долгое чтение» — формат подачи информации, предназначенный для мультимедийного рассказа длинных, «глубоких» историй.
- «Таймлинии»⁶¹ — это один из эффективных способов формата подачи контента, объединенного определенным временным промежутком.
- «Meograph»⁶² Создание мультимедийных историй
- «StoryMap JS»⁶³ инструмент для создания интерактивной карты
- «BatchGeo»⁶⁴ – быстрое отображение данных на интерактивной карте
- «EasyContentPresenter»⁶⁵ – создание презентаций, банеров и инфографики

Данные медиаресурсы будут полезны при создании мультимедийных средств репрезентации мифов и легенд Прикамья, тем самым будет повышена интерактивность образовательных материалов.

⁶⁰ Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Лонгрид> – Загл. с экрана. (дата обращения 24.05.2018)

⁶¹ Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Timeline> – Загл. с экрана (дата обращения 14.03.2018)

⁶² Meograph. Создаем мультимедийную историю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2012/11/14/meograph-sozdaem-istoriyu-multimedijnuyu-auditoriyu/> – Загл. с экрана (дата обращения 14.03.2018)

⁶³ Картографируй это: сервис для создания карт StoryMapJS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://newtonew.com/web/story-map-js-for-all> – Загл. с экрана (дата обращения 14.03.2018)

⁶⁴ «BatchGeo» – быстрое отображение данных на интерактивной карте. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://te-st.ru/entries/batchgeo/> – Загл. с экрана (дата обращения 14.03.2018)

⁶⁵ «EasyContentPresenter» – создание презентаций, банеров и инфографики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2013/06/14/easy-content-presenter-sozdanie-prezentacij-banerov-i-infografiki/> – Загл. с экрана (дата обращения 14.03.2018)

Подводя итог в этой главе, мы с уверенностью можем сказать, что на данном этапе развития цифровых технологий при грамотном использовании, учителю вполне возможно разнообразить урок и привнести интерактивность за счет собственных авторских мультимедиа материалов. Так же стоит отметить, интерактивные сайты с использованием карт местности. Данный мультимедиа продукт, можно создавать в форме проекта, который ориентирован на весь класс, поиск данных, заполнение, использование рисунков, ментальных карт и т.п.

2.3. Создание культурно-образовательного ресурса в рамках краеведения

Предметные информационные среды, построенные по принципу электронных учебников, обладают ограниченными возможностями, что вполне оправданно, так как они являются определенным типом электронного издания, выполняющего определенные целевые установки. Мы предлагаем использовать в качестве предметной информационной среды коллекции информационных ресурсов (в первую очередь, электронных). Коллекция информационных ресурсов это систематизированная совокупность информационных ресурсов, объединенных по какому-либо критерию принадлежности (например, по общности содержания, источников, назначения, по кругу пользователей, способу доступа и т. д.).

Интеграция самых различных информационных ресурсов (первичной и вторичной информации), ссылки на другие ресурсы, дидактическая часть значительно расширяют образовательные возможности коллекции. А размещение информационных ресурсов в помощь образованию, самообразованию, научно-исследовательской и педагогической деятельности позволяет обеспечивать потребности системы непрерывного образования.

Структурная модель коллекции, независимо от вида определяющих ее признаков, содержит четыре взаимосвязанных элемента: создатели и потребители информационных ресурсов; транспортные информационные артерии; базы информационных ресурсов; аппаратно - программный комплекс. Сегодня создание коллекций - проблема не только техническая, а скорее культурологическая, так как необходимо разработать методологию и технологию их создания и развития. Во-первых, формируя образовательный сегмент в сетях целесообразно разработать концепцию коллекции, определить содержательные границы, выработать критерии, по которым она создается, и обосновать их. Во-вторых, только на этой основе возможна выработка технологических и методических решений: определение

содержательного состава, источников формирования, принципов систематизации, обеспечения полноты. В-третьих, необходимо выбрать информационные технологии для создания, поддержки и использования коллекции. Коллекции, созданные на подобном подходе, могут выполнять в сетях следующие функции.⁶⁶

- информационную - накопление, систематизация и передача информации;
- познавательно - гносеологическую - приобретение знаний об окружающей жизни, фактах из истории края;
- преобразовательную - превращение знаний в духовно-практические ценности;
- научно-исследовательскую;
- аксиологическую - оказание помощи личности в осознании значимости для себя, для общества тех или иных событий, явлений и др. из жизни, участие в формировании традиционных норм и правил, которые регулируют поведение, передавая знания из поколения в поколение;
- культурологическую - участие в расширении кругозора, образовании, самообразовании, развитии культуры мышления и т. д.;
- воспитательную - формирование самосознания личности;

⁶⁶ Пронина Л.А., Копытова Н.Е., Шаталова Н.В. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КРАЕВЕДЕНИЯ В КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-resursy-kraevedeniya-v-kulturno-obrazovatelnoy-srede1> (дата обращения 19.04.2018)

В истории развития человеческого общества чрезвычайно велика роль краеведения. Оно является культурологическим, историко-антропологическим и социально-психологическим феноменом, имеющим глубокие исторические корни. Чем легче доступ к информационным ресурсам краеведения, тем эффективнее региональная социокультурная деятельность. В широком культурно-философском контексте информационные ресурсы краеведения выступают одним из определяющих факторов развития региона, наряду с такими факторами, как наука, техника, социальное управление и др.

Примером, создания культурно-образовательного ресурса на первых этапах является создание тематического паблика в социальной сети Вконтакте, где непосредственно, будет находиться определенная информация касательно мифов и легенд народов Прикамья. Изначально школьникам будут объяснены правила создания паблика или SMM. Далее, уже будет происходить заполнение паблика контентом, который будет разбираться вместе с учителем – это создание удобного и общепонятного медиатекста, создание тематической оригинальной картинки. Конечно, при создании общепонятного текста, школьники будут «рерайтить» миф основываясь на мифологеме, которую они выделять из одного мифа народов Прикамья, далее будет происходить интермедальность или/и мифотворчество за счет «рерайта».

Второй этап состоит из более усложненного действия – это реклама и продвижение паблика за счет современных сетевых маркетинговых ресурсов.

Третий этап создание базы данных мифов, как традиционных, так и современных (современные мифы созданные детьми) на основе интернет-сайта. Тут дети уже научатся работать с изготовлением и конструированием сайтов.

Четвертый этап заключительный – это поиск альтернативных интернет-ресурсов, как информативных, так и репрезентативных, где можно расположить базу данных мифов и легенд Прикамья. На данных интернет-ресурсах могут присутствовать как и интерактивные технологии, так и анимационные технологии. Так же стоит отметить, на данном этапе будет предоставлены материалы по правильному поиску информации.

При переходах между этапами, мы даем образовательную линию к развитию медиаграмотности учащихся за счет создания культурно-образовательного ресурса в рамках краеведения. Тем самым в данной работе были разработаны методические рекомендации для обучения медиаграмотности.

При разработке методических рекомендаций для обучения медиаграмотности, мы взяли совокупность методов преподавания и обучения на базе современных телекоммуникационных технологий, которые можно условно разбить на четыре основные группы по типу коммуникации между обучаемым и преподавателем:

- методы самообучения;
- педагогические методы «один – одному»;
- преподавание «один – многим»;
- образование на базе коммуникации «многие – многим».

Методы самообучения подразумевают мультимедиа подход, при котором образовательные ресурсы разрабатываются на базе множества разнообразных средств: компьютерных обучающих программ, электронных журналов, интерактивных баз данных.

Многие авторы дистанционных курсов, построенных по методу «один – одному», считают, что обучение может происходить в основном за счет

усилий учащихся, в то время как педагогическая функция преподавателя заканчивается на разработке материалов Интернет-курса, указаний, где искать материал, и тестирования – «схватили» ли обучающиеся материал. Учитель действует как инструктор, который облегчает обучение и участвует в процессе получения знаний. Однако это все еще относительно новая область в обучении, и наблюдения показывают, что школьники не всегда используют сетевые системы так, как это предполагали или желали их разработчики и преподаватели.

Группа методов «один – многим», в основе которых лежит представление преподавателем учебного материала перед обучаемыми, не играющими активной роли в коммуникации. Но эти методы получают новое развитие на базе инновационных технологий, например голосовой и электронной почты. Обычные лекции заменяются на передаваемые по компьютерным сетям «элекциями» (электронными лекциями, или, в другой интерпретации, медиатекстом).

Соблюдение условия сотрудничества обеспечивают методы на основе коммуникаций «многие – многим». Компонент коллективного обучения может состоять из сетевых конференций (например, электронная почта, рассылки, комментарии) и синхронных взаимодействий (например, сетевой чат, телефонные диалоги, сайты с блогами и форумами, созданные по технологии Web 2.0). Технологии аудио-, аудиографических и видеоконференций позволяют активно развивать такие методы в инновационном образовании. Особую роль в учебном процессе играют компьютерные конференции, которые позволяют всем участникам дискуссии обмениваться письменными сообщениями как в синхронном, так и в асинхронном режиме, что имеет большую дидактическую ценность.

Задача преподавателя: дать аудитории ориентир в условиях переизбытка разнообразной информации, научить грамотно воспринимать ее,

понимать и анализировать. Односторонняя или искаженная информация (которая передается, к примеру, Интернетом), несомненно, нуждается в осмыслении. Вот почему важно, чтобы учащиеся могли определить различия между заданными и общеизвестными фактами и требующими проверки, надежность источника информации, логическую несовместимость в цепи рассуждения и т. д. Иначе говоря, у школьников должно быть развито критическое мышление.

Конструктивную основу данного подхода составляет базовая модель трех стадий организации учебного процесса: «вызов – осмысление – рефлексия». На каждой стадии обучения в сетевой среде нами ставится задача формирования критической медиаграмотности. Для ее решения учитель использует приемы технологии критического мышления, поощряя учащихся: 1) тщательно исследовать их начальные представления о медиатекстах, размещенных в сети; 2) привлекать в критическом анализе их собственное восприятие ситуации, описанной или скрытой в рассматриваемом Интернет-ресурсе; 3) отделять правду от полуправды, корректность от некорректности, объективность от предвзятости. Показателем качества такого процесса обучения выступают сформированные медиаобразовательные умения школьников, с присущими следующими характеристиками развития.⁶⁷

- Мотивационный показатель: – выбор разнообразного жанрового и тематического спектра медиатекстов при обязательном включении неразвлекательных жанров; – стремление получить новую информацию; – стремление к рекреации, компенсации, развлечению (в умеренных дозах); – стремление к идентификации, сопереживанию; – стремление к поиску

⁶⁷ Солодовников. М. Ю. ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАГРАМОТНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ СРЕДСТВАМИ ИНТЕРАКТИВНЫХ ОБУЧАЮЩИХ СИСТЕМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/66838290-Formirovanie-mediagramotnosti-shkolnikov-sredstvami-interaktivnyh-obuchayushchih-sistem.html> (дата обращения 1.05.2018)

материалов для учебных, научных, исследовательских целей; – стремление к философскому / интеллектуальному, этическому, эстетическому спору / диалогу с создателями медиатекста, к критике их позиции; – стремление научиться создавать медиатексты самому.

- Контактный показатель – частые контакты с различными видами медиатекстов.
- Информационный показатель – знание большинства базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, ясное понимание процесса массовой коммуникации и медийных воздействий в контексте реального мира.
- Перцептивный показатель – отождествление с автором медиатекста при сохранении основных компонентов «первичной» и «вторичной» идентификации
- Интерпретационный / оценочный показатель – анализ медиатекста на основе способности к медиавосприятию, близкому к «комплексной идентификации», способность к анализу и синтезу пространственно-временной формы медиатекста, понимание, интерпретация (трактовка), предполагающая сравнение, абстрагирование, индукцию, дедукцию, синтез, критическую оценку авторской концепции в контексте структуры произведения и историческом и культурном контекстах.
- Практико-операционный показатель – практическое умение самостоятельно создавать медиатексты различных видов и жанров.
- Креативный показатель развития медиаграмотности аудитории – ярко выраженный уровень творческого начала в различных видах

деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа

Таким образом, кроме чисто практических навыков владения различными медиа (компьютерной техникой, Интернетом и др.) актуализируется значимость анализа и синтеза пространственно-временной реальности, способности «читать», интерпретировать и критически оценивать медиатексты (т. е. сообщения, содержащие информацию, и переданные с помощью средств коммуникации) различных видов и жанров. На данном этапе работы стоит разработать технологическую карту факультатива по репрезентации мифов и легенд народов Пермского края за счет цифровых медиа. **(См. Приложение 6 – 8,9,10).**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования можно выделить следующее:

Цифровые медиа играют важную роль в репрезентации мифов и легенд Пермского края. С помощью таких объектов цифровых медиа как сайты, интерактивные сайты, видео, аудио, игры, виртуальная реальность, идет процесс освоения той или иной информации в удобном формате для того или иного индивида. Раньше для того чтобы найти информацию нужно было идти в библиотеку за книгой, покупать книгу или просто надеяться на получение интересующей фоновой информации. На данный момент с помощью цифровых медиа процесс поиска занимает считанные минуты.

Касаясь мифов и легенд народов Пермского края, мы выяснили, что они репрезентированы только на традиционных сайтах и мало представлены как тематические культурно-образовательные ресурсы с интерактивностью и удобным поиском по базе данных мифов и легенд. Хороший пример репрезентативности - коми-пермяцкие мифы – это игра пермских инди-разработчиков, про человеколося. В этой игре стоит отметить несколько вещей – это прежде всего edutainment – технология (игровое обучение), большое количество информации по мифам коми-пермяцкого народа, хороший и минималистичный интерфейс, мифодизайн человеколося или дополнение к существующему мифу.

Тем самым цифровые медиа имеют большой спектр для репрезентативности, но, на данный момент его функционал мало используется для представления той или иной информации в удобной и интересной форме.

- В ходе рассмотрения теоретических аспектов мифа и медиа, мы выяснили, что миф существует в любом обществе. Так как коллективное сознание присуще всем. Миф в традиционном

обществе – это освоение мира. В информационном обществе – это катализатор по актуализации насущных проблем или интеллектуального поиска. В работе приведено, что традиционные и новые медиа дали толчок к развитию интерпретации, репрезентации различных мифов за счет телевидения, игр, художественных произведений, фестивалей, образовательных программ.

- При осуществлении синтез-анализа мифа и медиа с целью выявления их взаимодополняемости как элементов единого процесса медиаторчества, мы начали с крылатой фразы М. Маклюэна, - “The Medium is the Message” – средством информации является сообщение, т.е. сама форма средства коммуникации меняет наше сознание. Проследив историю распространения мифа, отмечаем, что изначально миф передавался из уст в уста (аудиосредство), позже через письменность (текстовое средство) – два элемента традиционных медиа были проводниками мифа вплоть до наших дней. В работе приведен термин интермедиальности, который служит соединяющим мостом мифа с медиа начиная с 20 века (пример: произведение Г. Лафкрэвта «Зов Ктулху»). В данном произведении интермедиальность в отношении мифа и медиа носит под собой репрезентационно – конструктивный элемент. Так как божество Ктулху, изначально был взят и проинтерпретирован Лафкрэвтом из мифологии народов южной Америки. Что касательно новых медиа, данная интермедиальность обусловлена совершенно новыми объектами медиа – игры, программы, художественные фильмы, тематические сайты. Таким образом, мы видим, что миф и медиа непосредственно взаимодополняют друг друга и служат для определенного вида медиаторчества.

- При разработке технологической карты факультатива по репрезентации мифов и легенд народов Пермского края за счет цифровых медиа, мы выделили несколько этапов работы, касающихся непосредственно знакомства с объектами цифровых медиа и последующего развития медиаграмотности за счет создания культурно-образовательного ресурса в рамках краеведения. Чем больше представлен доступ к информационным ресурсам краеведения, тем эффективнее становится региональная социокультурная деятельность. В широком культурно-философском контексте информационные ресурсы краеведения выступают одним из определяющих факторов развития региона, наряду с такими факторами, как наука, техника, социальное управление и др.
- При разработке методических рекомендаций для обучения медиаграмотности, мы взяли совокупность методов преподавания и обучения на базе современных телекоммуникационных технологий. В нашей работе при рассмотрении практических навыков владения различными медиа, была актуализирована значимость анализа и синтеза пространственно-временной реальности, способности «читать», интерпретировать и критически оценивать медиатексты различных видов и жанров
- При теоретическом создании культурно-образовательного ресурса в рамках краеведения, мы выделили 4 этапа работы, в связи с которыми обучающиеся знакомятся с основными объектами цифровых медиа. Таким образом, в работе была выделена образовательная линия к обучению медиаграмотности учащихся за счет поиска и разбора информации мифов и легенд

Пермского края к последующей ее интерпретации и репрезентации школьниками на цифровом ресурсе.

- При рассмотрении Пермских легенд и мифов в контексте традиционных и современных медиа, в данной работе был сделан следующий вывод: бытование пермских легенд и мифов в традиционных медиа обширно представлено. Присутствует большая база для репрезентации данных легенд в цифровую среду. Но, на данный момент времени бытование Пермских легенд и мифов как в традиционных, так и в современных медиа представлено в равном положении. С одной стороны присутствует огромная база для репрезентации, и существуют сайты с легендами и мифами Пермского края, но, с другой стороны практически не использованы мультимедиа технологии для репрезентации мифов и легенд Прикамья.
- В работе мы выявили следующие медиаресурсы для репрезентации. Это различные социальные сети, которые служат не только как платформа для создания культурно-образовательного ресурса, но, и как информационная площадка с помощью которой можно приобрести навыки медиаграмотности. Так же стоит отметить современные сайты конструкторы с помощью которых все чаще делают различные лонгриды. Достоинство сайтов-конструкторов в том, что для создания не нужны знания кода. Заключительным ресурсом явилась платформа для создания интерактивных информационных карт.

Таким образом, задачи решены в полном объеме, цель данного исследования – исследовать значения цифровых медиа при репрезентации мифов и легенд Пермского края. – достигнута.

На основании вышеуказанного можно сделать вывод, что цифровые медиа являются актуальным, мобильным средством поиска и создания того

или иного медиатекста для его репрезентации в цифровой среде. Также знание объектов цифровых медиа может способствовать не только творческому развитию учеников, но и приобретением и усовершенствованию навыков медиаграмотности за счет развития цифровых технологий, при подготовке медиатекстов касающихся краеведения Пермского края развивается осознанный взгляд на культуру и историческое прошлое Пермского края, тем самым гипотеза данного исследования доказана.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Список источников

1. BatchGeo» – быстрое отображение данных на интерактивной карте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://te-st.ru/entries/batchgeo/> – Загл. с экрана
2. В Перми выпущено энциклопедическое издание о народах Пермского края. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.encyclopedia.ru/news/enc/detail/2417/> Загл. с экрана
3. «EasyContentPresenter» – создание презентаций, банеров и инфографики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2013/06/14/easy-content-presenter-sozдание-prezentacij-banerov-i-infografiki/> – Загл. с экрана
4. Занимательное краеведение по-пермски. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ocher.biblioteka-perm.ru/news/2018/04/02/6534/>– Загл. с экрана
5. ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИНТЕГРИРОВАННЫЙ ПРОДУКТ «КМ-ШКОЛА» [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.km-school.ru/r1/general/a1.asp>
6. Картографируй это: сервис для создания карт StoryMapJS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://newtonew.com/web/story-map-js-for-all> – Загл. с экрана

7. «КУЛЬТУРА КАК ДВИЖЕНИЕ К ЛИЧНОСТИ. ДИАЛЕКТИКА МИФА И ОТКРОВЕНИЯ», - Валерий Горюнов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://metamodernizm.ru/culture-as-a-movement-towards-the-individual/> - Загл. с экрана.
8. Коми-Пермяцкий краеведческий музей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.subbotin-permyak.com/>— Загл. с экрана
9. «Любая игра – это опыт, который ты не можешь получить в реальной жизни», - Владимир Белецкий, разработчик компьютерной игры по мотивам коми-пермяцких мифов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.echoperm.ru/interview/299/139163/> - Загл. с экрана.
10. Манович. Л. Что такое «новые медиа» и каков их язык? [Электронный ресурс] / Л. Манович. – Электрон.ст. – Режим доступа: http://radio_mohovaya9.tilda.ws/manovich - – Загл. с экрана.
11. Мифология. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.perm-animal-style.ru/mythology/album/> Загл. с экрана
12. Meograph. Создаем мультимедийную историю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2012/11/14/meograph-sozdaem-istoriyu-multimedijnuyu-auditoriyu/> – Загл. с экрана
13. Этнофестиваль КАМВА. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kamwa.ru/> — Загл. с экрана

Список литературы

1. Аминов И. Б., Ходжаева Д. Ф. Применение средств мультимедийных технологий как условие повышения качества обучения // Молодой ученый. — 2015. — №21. — С. 759-761.
2. Барт. Р. Мифологии / пер., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. — М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. — с. 20.
3. Воронова. Н. И. ОСОБЕННОСТИ ЭТНОНАЦИОНАЛЬНОГО МИФОТВОРЧЕСТВА В КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-etnonatsionalnogo-mifotvorchestva-v-kulture-sovremennoy-rossii> (дата обращения 14.04.2018)
4. Гараджа, В. И. Руткевич Е. Д Типы магии. — Религия и общество. Хрестоматия по социологии. — М.: Наука, 1994. — Т. II. — С. 19-22, 26-27, 50-64. — 469 с.
5. Гуревич П.С. Мифология наших дней // Свободная мысль. -1992. - №11. - С. 43-53.
6. Дебрэ. Р. Введение в медиологию . – М.: Праксис, 2010. – 368 с.
7. Дьяконов И. М. Архаические мифы Востока и Запада. М., 1990. 247 с.
8. Екимова О.В., Курочкина Л.Я. Мифотворчество: особенности проявления в системе современных ценностей // Вестник Воронежского государственного технического университета. – 2009. – № 7. – С. 36-38.

9. Железняк В. Н., вступительное слово к вестнику ПНИПУ. Культура. История. Философия. Право. – 2017. - №4. – с.5.
10. Иванов. А. Сердце Пармы. – М.: АСТ, 2016. – 512 с.
11. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интерактивность> — Загл. с экрана.
12. Калиниченко С.С. УСЛОВИЯ И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МИФОТВОРЧЕСТВА И МИФОДИЗАЙНА / Известия Томского политехнического университета. 2010. Т. 317. № 6 с. 148-152
13. Wikipedia: thefreeencyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ктулху> — Загл. с экрана.
14. Кэмпбелл. Дж. Мифический образ / Пер. с англ. К. Е. Семёнова. — М.: Изд-во АСТ, 2002. — 686 с.
15. Камп. Л. Спрэг Де Лавкрафт: Биография. — СПб.: Амфора, 2008. — С. 656
16. Кассирер Э. Политические мифы // Реклама: внушение и манипуляция: медиа-ориентированный подход / под ред. Д.Я. Райгородского. - Самара: Бахрах-М, 2001. - С. 382-394.
17. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Лонгрид> — Загл. с экрана
18. Леви-Брюль. Л. Первобытная мифология: Мифический мир австралийцев и папуасов. – М.: Изд-во URSS, 2014. – 256 с.

19. Лосев А. Ф.. История античной эстетики. Т. VII: Последние века. Книга 2. М.: Искусство, 1988. С. 195.
20. Лосев. А.Ф. Диалектика мифа. Сост.подг.текста, общ.ред. А.А.Тахо-Годи, В.П. Троицкого. М.; Мысль, 2001.- 558 с.
21. Лосев А. Ф. Философия. Мифология. Культура. - М.: Политиздат, 1991. - 525 с.
22. Леви-Стросс. К. Структурная антропология – М.: Наука, 1985. – 536 с.
23. Лотман. Ю. М. Семиосфера – СПб.: Искусство-СПБ, 2004. – 704 с.
24. Лебон. Г. Психология народов и масс. — М.: Академический проект, 2011. — 238 с
25. Маршалл Маклюэн. Понимание медиа: внешние расширения человека.. — М.: Кучково поле, 2007. — 464 с
26. Миф, сила и насилие в философии Ж. Сореля [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.runivers.ru/philosophy/logosphere/471679/> — Загл. с экрана.
27. Мамардашвили М. К., Пятигорский А. М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символическом и языке. — М.: Языки русской культуры, 1997. — 324 с.
28. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/медиаобразование> — Загл. с экрана

29. Нечкин. Д. Б. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУЛЬТИМЕДИА ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-multimedia-tehnologiy-v-obrazovanii/>— Загл. с экрана.
30. Пропп В. Я. Принципы классификации фольклорных жанров // Фольклор и действительность: Избранные статьи. - М.: Наука, 1976.
31. Пронина Л.А., Копытова Н.Е., Шаталова Н.В. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КРАЕВЕДЕНИЯ В КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-resursy-kraevedeniya-v-kulturno-obrazovatelnoy-srede1> (дата обращения 19.04.2018)
32. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/пастафарианство> — Загл. с экрана
33. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Просьюмер> — Загл. с экрана
34. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Сердце_пармы — Загл. с экрана
35. Солодовников. М. Ю. ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАГРАМОТНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ СРЕДСТВАМИ ИНТЕРАКТИВНЫХ ОБУЧАЮЩИХ СИСТЕМ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://docplayer.ru/66838290-Formirovanie-mediagramotnosti-shkolnikov-sredstvami-interaktivnyh-obuchayushchih-sistem.html>

36. Стариков. Д. А. О ПОНЯТИИ МУЛЬТИМЕДИА ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-ponyatii-multimedia-tehnologii-i-ih-ispolzovanii-v-obrazovatelnom-protsesse>— Загл. с экрана.
37. Тоффлер, Э. Третья волна— М.: АСТ, 2010. — 784 с
38. Тайлор. Э. Б. Миф и обряд в первобытной культуре – Смоленск: Русич, 2000. – 624 с.
39. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Timeline> — Загл. с экрана
40. Тишунина Н. В. Методология интермедиального анализа в свете междисциплинарных исследований // Методология гуманитарного знания в перспективе XX века. К 80-летию профессора М. С. Кагана. Серия «Symposium». № 12. СПб., 2001. С. 149-154.
41. Ульяновский. А. В. Мифодизайн в рекламе. — СПб. : Филологический ф-т СПбГУ, 2011. —с. 25
42. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Учебное пособие для вузов. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_eeb1101786a4523d0a2cdb2f01e962a0— Загл. с экрана
43. Федоров. А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех». 616 с. 2007

44. Федоров. А. Ф. Медиаобразование. История и теория. Учебное пособие для вузов. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.psyfactor.org/t/Fedorov_ME_HistoryTheory_2015— Загл. с экрана
45. Фрумкин. К. Г. ГЛОБАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В МЫШЛЕНИИ И СУДЬБА ТЕКСТОВОЙ КУЛЬТУРЫ [Электронный ресурс]]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-izmeneniya-v-myshlenii-i-sudba-tekstovoy-kultury> — Загл. с экрана (дата обращения 10.06.2018)
46. Хейзинга Й. *Homo ludens. Человек играющий.* Сост., пер. и предисл. Д. В. Сильвестрова. Комм. Д. Харитоновича. — СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011
47. Цуладзе. А. М. Политическая мифология. —М.: Эскмо, 2003. — с. 200.
48. Черных А. В. Народы Пермского края: история и этнография/ А. В. Черных. — Пермь: Пушка, 2007. — 295 с.
49. Шеллинг Ф. В. Й. Введение в философию мифологии. Историко-критическое введение в философию мифологии. Книга первая — М.: Мысль, 1989. — С. 159-374.
50. Ширинкин, П. С. Книга легенд. Туристские легенды Пермского края / П. С. Ширинкин. — Пермь : Пресстайм, 2013. - 395 с.
51. Юнг К.Г. О современных мифах. - М.: Практика, 1994. - 252с.

52. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Эвгемеризм> — Загл. с экрана
53. Элиаде. М. Аспекты мифа / Пер. с фр. В. Большакова. — М.: Академический проект, 2010. — 240 с.
54. Элиаде М. Космос и история / М. Элиаде. — М.: Прогресс, 1987. — 311 с.
55. Эренбург Б. А. «Звериный стиль: история, мифология, альбом» — Пермь: Сенатор, 2014. — 212 с.
56. Wikipedia: the free encyclopedia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Юзабилити> — Загл. с экрана

Приложение 1



Человеколось



Различная информация по мифам в игре

ЧУДЬ

Всех духов мы зовем чудью. Одни из них были созданы Еном на заре мироздания, другие стали чудью: это мертвецы, что не прошли Последний путь. Есть среди них и полезные духи, помогающие в землянке, есть и злые, насылающие несчастья. У многих вещей есть духи, и, зная их пути, можно ими управлять.



Сам миф



МЕДВЕДЬ

Медведь — страж нижнего мира. На артефакте медведь изображен в жертвенной позе. Артефакт VI вв. Найдено на реке Кын, Лысьвинский район Пермского Края.

Медведь, так же как и лось, почитался создателями артефактов. Изображения медведя редко входят в состав многофигурных композиций.

По материалам альбома В.А. Оборина, Г.Н. Чагина
"Чудские древности Рифея, Пермский звериный стиль",
Пермское книжное издательство, 1988 г.



Информация по артефакту Звериного стиля



ЧЕЛОВЕК И ЧЕЛОВЕКОЛОСИ

Антропоморфная личина в окружении человеколосей.
Артефакт VIII-IX вв. Найдено в с. Редикор Чердынского района
Пермского Края.

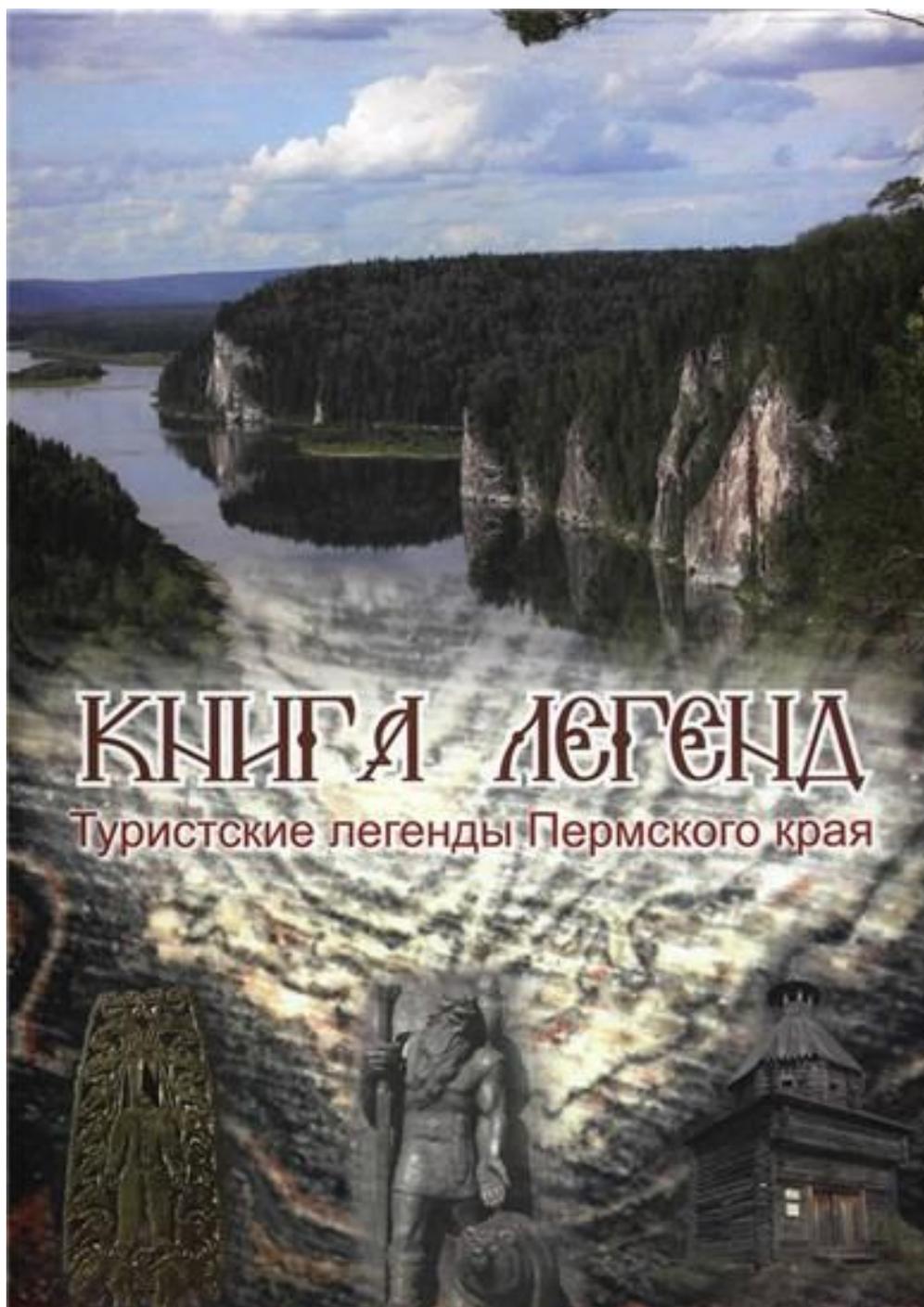
Этот артефакт является произведением пермского
звериного стиля. К звериному стилю относят предметы
металлического художественного литья, изображающие
животных и человека вместе с животными.

По материалам альбома В.А. Оборина, Г.Н. Чагина
"Чудские древности Вифей. Пермский звериный стиль",
Пермское книжное издательство, 1988 г.



Информация по артефакту Звериного стиля

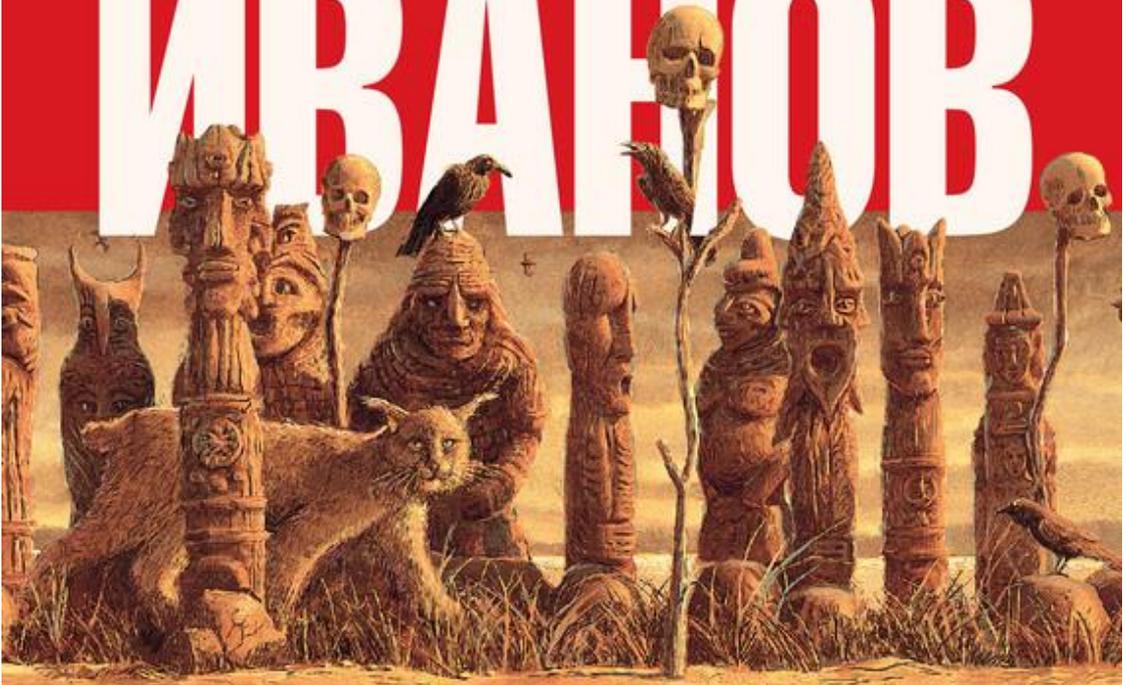
Приложение 2



Приложение 3



АЛЕКСЕЙ ИВАНОВ

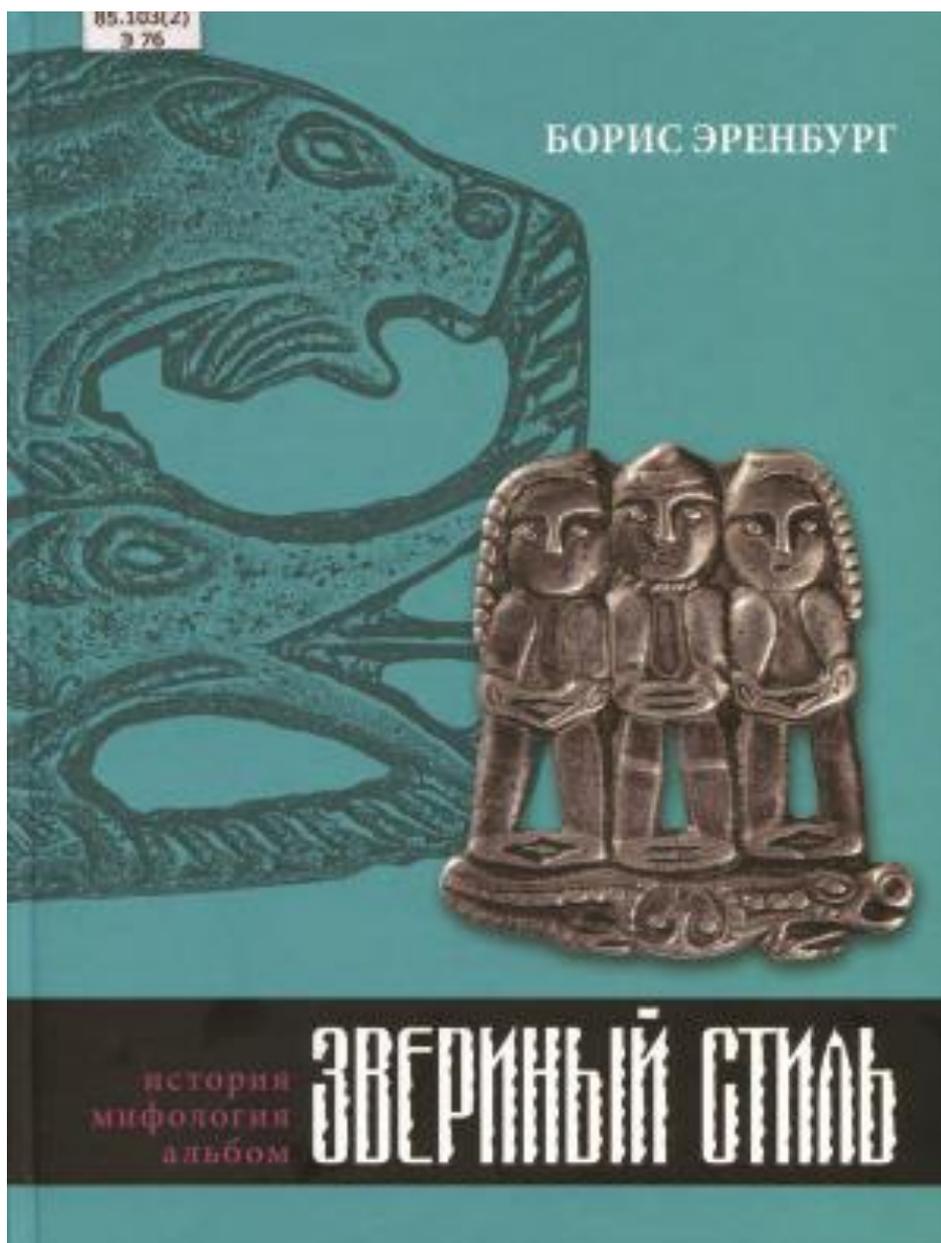


СЕРДЦЕ ПАРМЫ

Новая редакция

Русский эпос
о том, как создаются
империи.
Роман-легенда
о хвойной парме,
московитах
и язычниках-вогулах

Приложение 5



Приложение 6

Технологическая карта: Факультативное занятие 10 класс (2 урока).

Учитель: Колобов Денис Иванович

Тема: Репрезентация мифов и легенд народов Пермского края за счет цифровых медиа.

Тип занятия: Комбинированное, с элементами работы в группах

Цель: Изучить объекты цифровых медиа, репрезентовать мифы и легенды народов Пермского края в паблик социальной сети вконтакте, оценить перспективу навыков медиаграмотности

Задачи:

Образовательные:

1. Проследить различия традиционных и современных медиа
2. Проанализировать объекты цифровых медиа
3. Научиться репрезентировать мифы и легенды народов Пермского края в медиатекст

Развивающие:

1. Развивать навыки работы с текстом, поиск нужной информации, умение изготавливать медиатекст.
2. Учиться выявлять и определять медиатексты
3. Развивать навыки работы в группе и паре

Воспитательные:

1. Определить и подчеркнуть значимость цифровых медиа в современном мире
2. Формирование чувства коллективизма и взаимопомощи при решении сложных задач

Оборудование: мультимедийный проектор, презентация, компьютеры/ноутбуки, информационные материалы.

Этапы занятия	Деятельность учителя	Деятельность учащихся
1.Орг. Момент (2 мин)	Сконцентрировать внимание учащихся приветственным словом.	Сосредоточения внимания на учителе, получение вводной информации о будущем занятии.
2.Изучение нового материала (работа в группах) (45 мин)	Вступительное слово учителя. Объявление темы «Репрезентация мифов и легенд народов Пермского края за счет цифровых медиа» . Ознакомление учащихся с планом работы по изучению новой темы. Организация работы в группах. Форма работы «фронтально-коллективная работа» . Задачей учителя остается направления учебно-познавательной коллективной деятельности учащихся	Получение вводной информации о новой форме работы при изучении нового материала. Учащиеся делятся на три группы и проходят три этапа. Каждый этап длится 15 минут. - 1гр - 1эт 2гр - 2эт 3гр - 3эт - 1гр - 2эт 2гр - 3эт 3гр - 1эт - 1гр - 3эт 2гр - 1эт 3гр - 2эт - Первый этап. По заранее подготовленному кейсу знакомятся с основными правилами создания тематического информационного ресурса на базе социальной сети Вконтакте. Второй этап. Получает ссылки на интернет-ресурсы где располагается база данных легенд и мифов народов Пермского края. Так же прилагается кейс с терминологией новых медиа, и правилами создания медиатекста. Дается раздаточный материал, где расположены отличия традиционных медиа от современных. Третий этап. Дается кейс по правильному поиску информации и правильному продвижению и наполнению контентом

		информационного ресурса на базе паблика в социальной сети вконтакте. Дается перечень альтернативных интернет-ресурсов, как информативных, так и репрезентативных, где можно расположить базу данных мифов и легенд Прикамья.
3. Закрепление новых знаний (35 мин)		По прохождению всех этапов ученикам дается задание сделать свой тематический паблик касающийся репрезентации мифов и легенд народов Пермского края. Будут даны условия заполнения паблика.(фото, описание, пост с медиатекстом, источники). Данный ресурс непосредственно будет заполняться в социальной сети вконтакте.
4. Рефлексия (5 мин)	Проводит рефлексию задавая два вопроса: Какова роль цифровых медиа при репрезентации мифов и легенд Пермского края? Какие сложности возникли при создании информационного ресурса?	Учащиеся отвечают на вопросы рефлексии
Домашнее задание (3 мин)	Прилагаются мифы и легенды на выбор: Выбрать каждому определенный миф и легенду народов Пермского края и превратить его в медиатекст и сделать из него пост в созданном вами паблике.	Запись домашнего задания, уточняющие вопросы учителю. Пометки литературы. Предложение одним или более учеников другим учащимся литературы уже изученной самостоятельно для подготовки домашнего задания.

