
МЕДІАОСВІТА

УДК 007:378:37.013.3

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.2\(46\).20](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.2(46).20)

М. В. Бутиріна

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
завідувач кафедри масової та міжнародної комунікації
e-mail: butyrina_m@fszmk.dnulive.dp.ua, ORCID: 0000-0002-5048-5187
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
проспект Гагаріна, 72, 49131, м. Дніпро, Україна

М. П. Анікеєнко

аспірант кафедри масової та міжнародної комунікації
e-mail: dneprpsy@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3370-885X
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
проспект Гагаріна, 72, 49131, м. Дніпро, Україна

КОМПЕТЕНТІСНА МОДЕЛЬ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В ОЦІНЦІ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

Мета дослідження – висвітлення результатів емпіричного дослідження кореляції між змістом компетентнісної моделі журналістської освіти та компетентнісними потребами медіагалузі.

Методологія дослідження. Для реалізації мети проведено онлайнове опитування стейкхолдерів з використанням опитувального листа з 5 блоками компетенцій: «Інструментальні навички», «Журналістські знання. Спеціальні медіанаукові знання», «Комунікаційна компетенція», «Галузеві/спеціальні знання та вміння», «Соціальна орієнтованість». Результати опитування узагальнено в конкретних цифрових показниках, оцінено їхню вираженість. Для оцінювання отриманих даних застосовано методи порівняльного аналізу та синтезу.

Результати. Зроблено висновок про наявність істотного розриву між компетентнісною моделлю журналістської освіти та змістом компетенцій, застосовуваних у практичній журналістській діяльності. Найбільшу кореляцію продемонстрували комунікаційна та мовна компетенції, що зумовлено функціональною природою журналістської діяльності. Знанневий компонент журналістської освіти у відповідях стейкхолдерів представлено переважно медіаправом, медіапсихологією та набором фундаментальних суспільних дисциплін. Наголос зроблено також на адаптивній компетенції, здатності працювати з джерелами та здійснювати верифікацію інформації.

Новизна. Уперше на основі компетентнісної моделі Вайшенберга структуровано компетенції, запропоновані вітчизняним Стандартом вищої освіти. Отриманий диференційований перелік запропоновано для оцінювання стейкхолдерам медіагалузі.

Практичне значення. Отримані результати та висновки дослідження можуть бути використані для оптимізації компетентнісної моделі журналістської освіти.

Ключові слова: компетенції, журналістська освіта, стейкхолдери, журналісти, медіапрацівники, медіагалузь.

І. Вступ

Системні зміни в медіасфері, що стосуються, перш за все, її функціональності, потребують відповідного реагування з боку журналістської освіти. Стадія, на якій сьогодні перебуває соціальний інститут журналістики, маркується як постжурналізм і фактично означає поступову втрату інституціональних ознак медіагалузю. Поява потужного аматорського сегмента в журналістиці певною мірою делегітимізує фах, покликаний надавати достовірну, збалансовану, об'єктивну

інформацію. Нівелювання меж між журналістикою, рекламою, зв'язками з громадськістю, політ-технологіями змушує сприймати журналістський продукт у контексті медіавпливів. Диджиталізація галузі потребує від медіапрацівників опанування низки технологій, зокрема, вебдизайну, розробки сайтів, СММ тощо. Підсилення ролі соціальних медіа викликає потребу працювати з активною аудиторією. Виникає поняття «дискусійна журналістика», яке означає, що журналіст не лише транслює повідомлення, а й обстоює та просуває висловлену в ньому позицію чи ідею.

Водночас розвиток медіагалузі призводить до появи низки дискусійних питань, пов'язаних із журналістськими компетенціями. Зокрема, процес конвергенції медіа спричиняє дилему: журналіст повинен бути універсалом, який ефективно працює на всіх медіаплатформах одразу, чи мусить реалізувати одну ключову для себе компетенцію? Не менш гостро постає питання: чи повинен журналіст функціонувати в режимі do-it-all journalists і однаковою мірою бути здатним до висвітлення різних тематичних напрямів, чи все ж таки спеціалізуватися на певній конкретній тематиці?

Нова медіареальність орієнтує практиків на новий набір компетенцій, яких мають набувати майбутні журналісти в ході навчання у вишах. Автори підручника «Мультимедійна журналістика» вказують на низку тенденцій, які змінили медіаландшафт і спричинили нові вимоги до журналістського фаху. Ідеться, зокрема, про:

1) зміну світового економічного порядку, в якому панує інноваційна, побудована на знаннях і технологіях, економіка;

2) гуманітаризацію технологій, появу «культури колективного розуму»;

3) медіатизацію конфліктів – боротьбу не за території, а за цінності та інформацію;

4) появу нових професій, які пов'язані зі здатністю до взаємодії з іншими;

5) пейнституціоналізацію – розширення й розвиток різноманітних позаінституціональних сфер життя: самозайнятості, самоорганізації, самоосвіти онлайн-ових громадян [5, с. 33].

Потреба взаємодії представників медіагалузі та академічної спільноти з метою узгодження змістового наповнення компетенцій, які здобувають майбутні журналісти, вже стала загальним місцем в обговоренні змін в академічній журналістській освіті. Як слушно зазначають дослідники І. Гриненко, С. Рибак та інші, «відштовхуючись від функцій і завдань, які журналісти і фахівці соціальних комунікацій виконують щодня, академічна сфера формалізує їх у вигляді загальних і спеціальних компетентностей, визнаних на сьогоднішній день базовим поняттям програм» [3]. Проблему недостатньої взаємодії ланок ланцюга «ВНЗ – випускники – працедавці» в аспекті розуміння соціокомунікаційної компетенції вивчає дослідниця Н. Барабанова. Особливості формування мовно-комунікаційної компетенції в майбутніх журналістів досліджує Н. Шеремета [9]. Окремі аспекти мовної компетенції студентів-журналістів розглядають також В. Супрун, Л. Супрун [7].

Компетентнісний підхід до журналістської освіти актуалізує дискусію про набір знань, навичок, вмінь, професійних якостей, необхідних сьогодні журналісту для ефективного виконання своїх функціональних обов'язків.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – висвітлення результатів емпіричного дослідження кореляції між змістом компетентнісної моделі журналістської освіти та компетентнісними потребами медіагалузі.

Ми провели опитування стейкхолдерів з метою ідентифікувати набір компетентностей, якими вони послуговуються у своїй професійній діяльності. При розробці опитувального листа за основу було взято модель журналістської компетентності німецького дослідника З. Вайшенберга [13], модифіковану у зв'язку з новітніми контекстами й потребами журналістської освіти в Україні. Набір компетентностей, представлений у чинному Стандарті вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня [6], був розподілений відповідно до компетентнісних блоків Вайшенберга. До блоку «Журналістські знання. Спеціальні медіанаукові знання» ми додали конкретний перелік дисциплін, які, на нашу думку, становлять знанневий компонент журналістської освіти. Респондентам було запропоновано позначити ті професійні компетенції, які вони вважають актуальними у своїй практичній діяльності.

Блок «Інструментальні навички»:

- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- здатність формувати інформаційний контент;
- здатність створювати медіапродукт;
- здатність провадити професійну медіадіяльність на кросмедійних платформах.

Блок «Журналістські знання. Спеціальні медіанаукові знання»:

- здатність застосовувати в практичних ситуаціях знання з таких галузей:

- Медіаекономіка;
- Медіаправо;
- Історія медіа;
- Медіапсихологія;
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

□ здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

Блок «Комунікаційна компетенція»:

- здатність спілкуватися державною мовою;
- здатність спілкуватися іноземною мовою;
- вміння спілкуватися з активною аудиторією та взаємодіяти з користувачами на платформах соціальних медіа;
- вміння працювати в команді.

Блок «Галузеві/ спеціальні знання та вміння»:

- знання основних суспільних дисциплін (соціологія, політологія, економіка);
- знання джерел (архіви, бібліотеки, бази даних);
- знання прийомів наукової роботи;
- знання методів соціальних наук;
- здатність застосовувати знання про суспільні проблеми, конфлікти, гібридні війни у своїй професійній діяльності;
- здатність формувати інформаційний контент у сфері економіки, права, культури та мистецтва, соціальних питань, міжнародних відносин та інших видів діяльності;
- здатність створювати медіапродукт у сфері відображення економічних, правових, політичних питань, питань культури та мистецтва, соціальних питань, питань міжнародних відносин та інших видів діяльності;
- здатність до верифікації інформації;
- здатність здійснювати послідовну критику джерел інформації, комунікаторів та їх повідомлень;
- здатність до ведення систематичного моніторингу та аналізу тенденцій та явищ у медіагалузі;
- здатність продукувати власні ідеї та візії у медіадіяльності;
- здатність ефективно просувати створений медійний продукт;
- здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

Блок «Соціальна орієнтованість»:

- здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області;
- здатність усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;
- усвідомлення функцій, здатність до рефлексії та саморефлексії, усвідомлення автономності;
- здатність до професійного імунітету щодо зростаючого тиску з боку суспільства;
- здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

В опитуванні взяли участь 64 респонденти, які працюють у медіагалузі.

III. Результати

Ми здійснили опитування стейкхолдерів з метою виявлення їх компетентнісних пріоритетів при побудові базової моделі журналістської освіти.

Варто зазначити, що блок «Інструментальні навички» відповідає уявленням про журналістський фах як про ремесло, де домінуючим є погляд на журналістику як на технологію інформування. Натомість блок «Журналістські знання. Спеціальні медіанаукові знання» орієнтує на фундаментальний підхід до журналістської освіти, подає медіапрактику в різних ракурсах та контекстах, необхідних для ефективного виконання функціональних обов'язків.

Інструментальні навички

Ключовою функцією журналістики традиційно називають функцію інформування масової аудиторії. Чим ефективніше виконується ця функція, тим менш вираженою стає невизначеність реципієнтів у їх уявленнях про функціонування соціуму. Журналістська діяльність усуває ентропію в суспільстві, яке потребує чітких орієнтирів для своєї життєдіяльності. А отже, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел стає однією з найважливіших інструментальних навичок професійного журналіста. Вочевидь, цю думку поділяє більшість стейкхолдерів, адже 75% з опитаних вказали на означену інструментальну навичку як на базову для журналіста.

Водночас при визначенні інших інструментальних навичок респонденти розділилися в пунктах «здатність формувати інформаційний контент» і «здатність створювати медіапродукт». Можемо припустити, що тут далися ознаки принципово різні уявлення опитаних щодо природи й функціональності кінцевого результату журналістської діяльності. Ті, хто обрав інформаційний контент, вочевидь, висувають на перший план задоволення інформаційних запитів аудиторії. А ті, хто обрав медіапродукт, пріоритетують інші функції журналістики, зокрема, розважальну.

Лише чверть респондентів (25%) вважає, що журналісти повинні вміти провадити медіадіяльність на кросмедійних платформах, що, імовірно за все, свідчить про консервативність під-

ходів стейкхолдерів до журналістської практики. Водночас удвічі більше опитаних наголошують на важливості навички використання інформаційних та комунікаційних технологій у роботі журналіста (62,5%), що сигналізує про тенденції зрощення функцій журналістів та фахівців з прикладних соціально-комунікаційних технологій.

Журналістські знання. Спеціальні медіанаукові знання

Розподіл думок щодо предметного компонента знаннєвого складника журналістської освіти свідчить про те, що найбільш затребуваними в практичній царині є знання з медіаправа (50% опитаних) та медіапсихології (37,5% опитаних).

Медіаекономічних знань потребують тільки 31,25% респондентів. А 18,75% з опитаних вважають за потрібне здобувати в ході навчання знання з історії журналістики. Диспропорційний розподіл відповідей, вочевидь, свідчить про різний ступінь уваги до згаданих навчальних дисциплін у ході практичної діяльності медіапрацівників.

Кожний етап розвитку медіагалузі актуалізує свій набір вимог до журналістів, а відтак змінюється і комплект компетентностей, передбачених журналістською освітою. Потребу в медіаправових знаннях ми пояснюємо відсутністю на цей момент належної законодавчої бази, що значно ускладнює роботу журналіста. Новий законопроект про медіа вже більше ніж рік проходить парламентські обговорення, а чинне законодавство не здатне регулювати новітні комунікаційні явища, які інтегруються останнім часом у журналістику. Виникає парадоксальна ситуація, коли є певні медіареалії, певні медіапрактики, а у правовому полі вони жодним чином не представлені.

Сплеск інтересу до медіапсихологічних знань пов'язаний, на нашу думку, із потужною технологізацією галузі. Як ми зазначали в нашій попередній розвідці, «медіапсихологія виникла у відповідь на потребу міждисциплінарної рефлексії щодо соціально-психологічного феномену масової людини, спричиненого новітніми інформаційними технологіями» [2]. Домінування масових явищ і у медіавиробництві, і у медіарецепції змушує журналістів зважати на закономірності функціонування колективної психіки, прораховувати глобальні медіаефекти, передбачати системні медіавпливи. Homo mediatas, що функціонує відповідно до вимог медіалогіки, стає об'єктом вивчення майбутніх журналістів, які не можуть не зважати на системні ефекти медіатизації всіх сфер життєдіяльності людини.

Натомість бум медіаекономічних знань, характерний для кінця ХХ – початку ХХІ ст., коли «значний акцент було зроблено на ринковому функціонуванні медіа, а відтак актуалізувалися медіамаркетингові та медіапромоційні складники журналістської компетентності» [11], сьогодні пішов на спад, адже уявлення про ринкові механізми медіагалузі стали загальним місцем в арсеналі знань медіапрацівників.

Водночас історико-журналістські знання втрачають затребуваність унаслідок технологічного розриву між добою друкарського верстата, добою радіо і телебачення та добою інтернету. При цьому цивілізаційний вимір історії журналістики, співмірність історії суспільства, звідки можуть бути почерпнуті важливі закономірності глобального й національного розвитку, все менше беруть до уваги. Процитуємо у зв'язку із цим передмову до історико-бібліографічного дослідження «Українська преса в Україні та світі ХІХ–ХХ ст.»: «іноді в журналістських освітніх колах доводиться чути, що історія журналістики мало не зайва навчальна дисципліна, яка нічого не дає для практичної, ужиткової підготовки майбутнього журналіста. На подібні зауваги мені вже доводилося відповідати: історія журналістики потрібна не лише журналістам, для яких вона служить живим джерелом творчого досвіду, але вона потрібна нації, усьому суспільству, яке не може наосліп, без знання минулого рухатися в майбутнє» [4].

Комунікаційна компетенція

Блок «Комунікаційна компетенція» презентує мовленнєві навички журналіста, його здатність до ефективного комунікування і з аудиторією, і з продуцентами повідомлень усередині команди, якщо того потребує технологія контентотворення. Саме від комунікаційної компетенції медійника залежать синергетичні ефекти кооперативної журналістської праці, їх позитивна чи негативна модальність.

Так, 80% опитаних вказали на те, що журналіст повинен знати комунікаційні особливості й норми української мови, має вільно володіти фаховою мовою. Щодо змістового наповнення мовної компетентності слушну думку має Н. Шеремета, яка зазначає, що медійник повинен «володіти навичками регламентації мовленнєвої діяльності з нормативних позицій відповідно до умов і завдань комунікації, бути здатним пропагувати українську мову як державну й знаходити засоби протидії спотвореній мові/ суржику» [10]. І дійсно, функціональний зміст роботи журналіста, яка відбувається у форматі «людина – людина», охоплює ще й інший вагомий сегмент «людина – текст». Мовна опосередкованість обох вимірів журналістської практики є очевидною й потребує відповідної дисциплінарної представленості в журналістській освіті. Глобалізація медіапростору значно розширює інформаційні обрії та змушує журналістів опановувати інформаційні джерела й майданчики за межами кордонів України. Важливість іноземної мови як інструменту опрацювання першоджерел при цьому стає очевидною. Крім того, зростає роль іномовлення, покликаного сформувати позитивний імідж України в світі й забезпечити захист її національних інтересів. Водночас лише 50% опитаних стейкхолдерів вважають необхідною компетенцією «здатність спілкуватися іноземною мовою».

Значно більшої вираженості серед пріоритетів опитаних набуває «вміння працювати в команді» (65,5%), що непрямо підтверджує дискусійність концепції універсализації журналіста в умовах кросмедійності. Західний досвід свідчить про необхідність диференціації журналістських ролей, що відповідає специфіці роботи ньюзрумів на сучасному етапі. Зокрема, відомий англійський мережевий журналіст, академік Пол Бредшоу пропонує такий набір різноспрямованих журналістів: редактор-агрегатор, мобільний журналіст, добувач даних, мультимедіа-продюсер, мережевий фахівець, редактор спільноти. Кожна з наведених ролей передбачає свій аспект роботи з інформацією, сукупно ж вони утворюють кумулятивний ефект, забезпечуючи виробництво конвергентного медіапродукту [12]. Як на типове масовокомунікаційне явище ще «доконвергентної доби» В. Різун вказував на «дисперсію функції мовлення й дивергенцію комуніканта», коли «різні люди, які беруть участь в породженні висловлювання, в системі масової комунікації виступають ніби єдиним комунікантом» [8]. Розпорошення функцій у процесі виготовлення єдиного продукту потребує колективної відповідальності, навичок взаємодії й кооперації, досягнення синергетичних ефектів, а отже, вираженість компетенції «вміння працювати в команді» серед пріоритетів стейкхолдерів є цілком умотивованою та виправданою.

Галузеві/ спеціальні знання та вміння

Блок «Галузеві/спеціальні знання та вміння» відображає комплекс компетенцій як фундаментального знанневого характеру, так і технологічно-прикладної спрямованості. Його зміст репрезентує процес розвитку базової компетентнісної моделі журналістської освіти в умовах функціональних трансформацій фаху, відбиває зміни його технологічного підґрунтя та суспільного значення.

Показово, що більше від половини респондентів (53%) вказали на те, що журналісти мають ґрунтувати свою діяльність на знанні основних фундаментальних дисциплін – політології, соціології, економіки тощо. Стільки ж опитаних стейкхолдерів (53%) визнали, що в журналістській практиці важливим є знання джерел інформації – не тільки актуальної, а й бекграундової, яка може бути використана при реалізації аналітичної функції. Журналістика даних набуває дедалі більшого значення. Як слушно зазначає В. Шевченко, «відкриті дані дають можливості для оперування достовірною інформацією, здійснення аналітики, виявлення зловживань, виокремлення соціально значущих показників та їх тлумачення для суспільства» [9].

Так, 40% опитаних зазначили, що журналіст повинен уміти формувати інформаційний контент у сфері економіки, права, культури та мистецтва, соціальних питань, міжнародних відносин та інших видів діяльності. Стільки ж (40%) вказали на вміння створювати медіапродукт у сфері відображення економічних, правових, політичних питань, питань культури та мистецтва, соціальних питань, питань міжнародних відносин та інших видів діяльності.

Необхідність протидіяти фейкам і маніпуляціям з боку комунікантів різного типу та статусу знайшла відображення в компетенції «здатність до верифікації інформації»: її позначили як необхідну 50% респондентів. Медіаекологічні настанови також знайшли відображення в здатності здійснювати послідовну критику джерел інформації, комунікаторів та їх повідомлень. На її важливості наголосили 37,5 % респондентів. Трендовий сьогодні кластер партисипативної журналістики знайшов свій вияв у здатності «застосовувати знання про суспільні проблеми, конфлікти, гібридні війни у своїй професійній діяльності» (31,2%).

Маркетингова-промоційна складова в роботі журналіста також знайшла втілення в кількох компетенціях: здатність до ведення систематичного моніторингу та аналізу тенденцій та явищ у медіагалузі (43,75%); здатність продукувати власні ідеї та візії у медіадіяльності (34,37%); здатність ефективно просувати створений медійний продукт (25%). Як бачимо, вагомість цього набору компетенцій не є достатньо вираженою в оцінках стейкхолдерів, що корелює з вищезазначеним зниженням затребуваності медіаекономічних знань як підґрунтя для ефективного функціонування медіапідприємств.

Варто зазначити, що проактивна компетенція «здатність до адаптації та дії у новій ситуації» також знайшла високий рівень вираженості серед пріоритетів респондентів (50%). Це свідчить про усвідомлення потреби безперервного фахового розвитку в нестабільному інформаційному середовищі.

Водночас дослідницька складова, важливість якої в журналістській освіті усвідомлена західними медіапрацівниками, серед опитаних стейкхолдерів отримала дуже низький індекс затребуваності: знання прийомів наукової роботи позначили як важливу компетенцію лише 18,75%, а знання методів соціальних наук – 28,1% респондентів. У зв'язку із цим варто зазначити, що дослідницька компетенція могла б оптимізувати алгоритми роботи з інформацією, підсилити аналітичну складову медіапродукту, зробити його конкурентоздатним у вирі новин-одноденок.

Соціальна орієнтованість

Як ми зазначали в попередній нашій розвідці, компетентнісний підхід спирається не лише на динамічний набір знань, умінь, професійних якостей, а й ураховує морально-світоглядні орієнтири, що застосовуються фахівцем при виконанні професійних завдань [11]. Тож соціальна орієнтованість журналіста, його здатність «розмикатися» в соціумі, мати чітку світоглядну й громадянську позицію також є необхідними складниками журналістського фаху. Натомість серед опитаних стейкхолдерів компетенції блоку «Соціальна орієнтованість» не здобули належних оцінок.

«Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області» була визначена як необхідна компетенція лише половиною респондентів. На «здатності усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні» акцентували лише 43,75% опитаних. Рефлексивний і саморефлексивний компоненти як необхідні в роботі журналіста позначили лише 6,25% респондентів; імунітет щодо тиску з боку суспільства включили в необхідний перелік компетенцій лише 25% опитаних. На вміння провадити безпечну медіадіяльність вказали лише 18,75% респондентів.

Додаткові компетенції

Висловлені оцінки наведених в опитувальнику компетенцій дозволили сформулювати уявлення про потреби стейкхолдерів журналістської освіти. Не менший інтерес при цьому становлять компетенції, на які вказали респонденти як на актуальні, але не подані в переліку. Тут можна виокремити кілька компетентнісних блоків, що стосуються як конкретних навичок та вмінь, так і професійних якостей. Зокрема, ідеться про підсилення мовної компетенції навичкою застосування мови толерантності й запобігання мові ворожнечі; вміння стежити за мовною динамікою, що зумовлено активним концептотворенням у мінливому інформаційному середовищі; риторичними навичками; знанням кількох європейських мов для продуктивної роботи з першоджерелами. Комунікаційну компетенцію запропоновано підсилити вмінням встановлювати продуктивні професійні зв'язки із колегами по цеху та представниками експертного середовища; накопичувати та підтримувати свою базу даних і контактів; здатність організувати та контролювати роботу команди над медіапродуктом. Соціальну орієнтованість доповнено здатністю формулювати й доносити свою думку до аудиторії; якісно виконувати свої обов'язки попри загальне зниження якості інформаційного контенту. Серед професійних якостей зазначено здатність до психологічного дистанціювання від складних у спілкуванні респондентів; когнітивну здатність до оперативної обробки значних масивів інформації; вміння швидко реагувати на певні зовнішні сигнали та перемикає увагу з одного об'єкта на інший. Конвергенція функцій промокомунікації та журналістики спричинила також потребу в такій компетенції, як здатність коректно тлумачити й ефективно втілювати в життя цілі, що переслідують рекламодавці.

IV. Висновки

Як засвідчило наше дослідження, існує певний розрив між компетентнісним змістом практичної журналістської діяльності та компетенціями, запропонованими системою журналістської освіти. Найбільшу вираженість серед опитаних стейкхолдерів набули комунікаційна компетенція (до 80%) та інструментальні навички журналіста (до 75%), що умотивується позиціонуванням журналістики як, перш за все, комунікаційної діяльності, спрямованої на інструментальне опрацювання й поширення масивів інформації. Значний акцент також було зроблено на командній компетенції (65,5%), що непрямо свідчить про заперечення концепту універсального журналізму у вітчизняній медіапрактиці, а також підтверджує думку про функціональну й тематичну спеціалізацію медійників і уявлення про дисперсію функцій у роботі медіаорганізацій.

Знаннєвий компонент журналістської компетентності нерівномірно представлений набором знань із так званих медійних дисциплін: медіаправа (50%), медіапсихології (37,5%), медіаекономіки (31,25%), історії журналістики (18,75%), а також фундаментальних дисциплін: політології, соціології, економіки (53%). Наголос на медіаправі ми пов'язуємо з недостатнім рівнем правового регулювання медіагалузі, що спричиняє потребу в саморегуляційних практиках.

Серед пріоритетних компетенцій також були зазначені знання джерел (53%), здатність до верифікації інформації (50%) та здатність до адаптації у мінливих умовах (50%).

Стейкхолдерами були запропоновані додаткові компетенції, які підсилюють передбачені стандартом вищої освіти комунікаційну компетенцію, мовну компетенцію, а також соціальну орієнтованість журналіста.

Список використаної літератури

1. Барабанова Н. Р. Оптимізація компонентів соціокомунікаційної компетентності в сучасних освітніх стандартах підготовки фахівців. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 11. С. 48–52.
2. Бутирїна М. В. Медіапсихологія: до питання формування навчальної дисципліни. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации*. 2012. Т. 25 (64). № 4. Ч. 1. С. 85–90.
3. Гриненко І. В., Рибак С. С., Хлебнікова Н. В., Хоменко С. А. Як ринок праці розуміє загальні і спеціальні компетентності журналістів. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/125593/2017-05-01-yak-rynok-pratsi-rozumie-zagalni-i-spetsialni-kompetentnosti-zhurnalistiv/> (дата звернення: 21.03.2021).
4. Історія журналістики як національно-історичне завдання. *Українська преса в Україні та світі XIX–XX ст.: Іст.-бібліограф. дослідж.* Львів, 2009. Т. 2: 1891–1905 pp. 480 с.
5. Мультимедійная журналистика: учеб. для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.

6. Стандарт вищої освіти. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u284/061_zhurnalistika_bakalavr.pdf (дата звернення: 21.03.2021).
7. Супрун В. М., Супрун Л. В. Проблеми мовної компетенції журналістів. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология. Социальная коммуникация*. 2008. Т. 21 (60). № 1. С. 204–208.
8. Теорія масової комунікації : підручник для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / уклад. В. В. Різун. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.
9. Шевченко В. Е. Сервіси відкритих даних в Україні. *Актуальні питання масової комунікації*. 2019. № 26. С. 41–50. DOI: <https://doi.org/10.17721/2312-5160.2019.26.41-53>.
10. Шеремета Н. Формування мовно-комунікативних компетенцій студентів-журналістів у процесі впровадження компетентнісно зорієнтованого навчання. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2018. Вип. 25 (2). С. 257–263.
11. Butyrina M. Competency-based approach to journalism education: Western experience and Ukrainian practice. *Communications and Communicative Technologies*. 2020. Вип. 20. С. 5–12.
12. Bradshaw P. Model for the 21st century newsroom pt.6: new journalists for new information flows. URL: <https://onlinejournalismblog.com/2008/12/04/model-for-the-21st-century-newsroom-pt6-new-journalists-for-new-information-flows> (date of request: 21.03.2021).
13. Nowak E. Qualitätsmodell für die Journalistenausbildung. Kompetenzen, Ausbildungswege, Fachdidaktik. Dissertation im Fach Journalistik. Wilhelmshave, 2007. URL: <https://eldorado.tu-dortmund.de/bitstream/2003/24721/2/Dissertation.pdf> (date of request: 21.03.2021).

References

1. Barabanova, N. R. (2017). Optyimizacija komponentiv sociokomunikacijnoji kompetentnosti v suchasnykh osvitnikh standartakh pidghotovky fakhivciv [Optimization of components of socio-communication competence in modern educational standards of training]. *Visnyk Kharkivskogo nacional'nogho universytetu imeni V. N. Karazina. Serija: Socialni komunikacii*, 11, 48–52 [in Ukrainian].
2. Butyrina, M. V. (2012). Mediapsykhologhija: do pytannja formuvannja navchaljnoji dyscypliny [Media psychology: to the question of formation of educational discipline]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universyteta im. V. I. Vernadskogo. Serija Filologija. Social'naja komunikacija*, 25 (64), 4, 85–90 [in Ukrainian].
3. Ghrynenko, I. V., & Rybak, S. S., Khljebnikova, N. V., Khomenko, S. A. (2017). Jak rynek praci rozumije zaghaljni i specialjni kompetentnosti zhurnalistiv. Detektor media. Retrieved from <https://detector.media/withoutsection/article/125593/2017-05-01-yak-rynok-pratsi-rozumiie-zagalni-i-spetsialni-kompetentnosti-zhurnalistiv/> [in Ukrainian].
4. Ghalushko, M. V., Romanjuk, M. M., & Snicarchuk, L. V. (eds.) (2009). Istorija zhurnalistyky jak nacionaljno-istorychne zavdannja. Ukrajinsjka presa v Ukrajinі ta sviti XIX–XX st.: Ist.-bibliograf. Doslidzh [History of journalism as a national-historical task. Ukrainian press in Ukraine and the world of the XIX-XX centuries.: Historical bibliograph. research]. Lviv, 2009 [in Ukrainian].
5. Kachkaevoj, A. Gh., & Shomovoj, S. A. (eds) (2017). Muljtymedyjnaja zhurnalistyka: uchebnyk dlja vuzov [Multimedia journalism: a textbook for universities]. Moskva [in Russian].
6. Rizun, V. V. (ed.) (2008). Teorija masovoji komunikacii: pidruch. dlja stud [Theory of mass communication: textbook. for students]. Kyiv: Prosvita [in Ukrainian].
7. Suprun, V. M., & Suprun, L. V. (2008). Problemy movnoji kompetenciji zhurnalistiv [Problems of language competence of journalists]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universyteta im. V.I. Vernadskogo. Serija Filologija*, 21 (60), 1, 204–208 [in Ukrainian].
8. Shevchenko, V. E. (2019). Servisy vidkrytykh danykh v Ukrajinі [Open data services in Ukraine]. *Aktualjni pytannja masovoji komunikacii – Current issues of mass communication*, 26, 41–50. DOI: <https://doi.org/10.17721/2312-5160.2019.26.41-53> [in Ukrainian].
9. Sheremeta, N. (2018). Formuvannja movno-komunikatyvnykh kompetencij studentiv-zhurnalistiv u procesi vprovadzhennja kompetentnisno zorijentovanogho navchannja. *Pedagoghichna osvita: teorija i praktyka*, 25 (2), 257–263 [in Ukrainian].
10. Standart Vyshchoi Osvity. Retrieved from: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u284/061_zhurnalistika_bakalavr.pdf [in Ukrainian].
11. Butyrina, M. (2020). Competency-based approach to journalism education: Western experience and Ukrainian practice. *Communications and Communicative Technologies*, 20, 5–12 [in English].
12. Bradshaw, P. Model for the 21st century newsroom pt.6: new journalists for new information flows. Retrieved from <https://onlinejournalismblog.com/2008/12/04/model-for-the-21st-century-newsroom-pt6-new-journalists-for-new-information-flows> [in English].
13. Nowak, E. (2007). Qualitätsmodell für die Journalistenausbildung. Kompetenzen, Ausbildungswege, Fachdidaktik. [Quality model for journalist training. Competencies, training paths, specialist didactics]. Dissertation im Fach Journalistik. Wilhelmshave. Retrieved from <https://eldorado.tu-dortmund.de/bitstream/2003/24721/2/Dissertation.pdf> [in German].

Стаття надійшла до редакції 24.03.2021

Received 24.03.2021

Butyrina M., Anikeienko M. Competency Model of Journalism Education in Evaluation of Stakeholders

The purpose of the research was to empirically study the correlation between the content of the competency model of journalism education and the competency needs of the media industry.

Research methods. To achieve this goal, an online survey of stakeholders, offering them a questionnaire with 5 blocks of competencies was conducted: «Instrumental skills», «Journalistic knowledge. Special scientific media knowledge», «Communication competency», «Sectoral / special knowledge and skills» and «Social orientation». The results of the survey were summarised in specific figures and their severity was assessed. Methods of comparative analysis and synthesis were used to evaluate the obtained data.

Results. Having conducted the research, we concluded that there is a significant gap between the competency model of journalism education and the content of competencies used in practical journalism. The greatest correlation was demonstrated by communication and language competencies, which is due to the functional nature of journalism. The knowledge component of journalism education in the responses of stakeholders is represented mainly by media law, media psychology and a set of fundamental social disciplines. Emphasis is also placed on adaptive competency, the ability to work with sources and verify information.

Novelty. For the first time, the competencies proposed by the domestic Standard of Higher Education were structured on the basis of the Weischenberg competency model. The obtained differentiated list is offered for evaluation to stakeholders of the media industry.

Practical meaning. The obtained results and conclusions of the research can be used to optimise the competency model of journalism education.

Key words: competencies, journalism education, stakeholders, journalists, media workers, media industry.

Бутырина М. В., Аникеенко М. П. Компетентностная модель журналистского образования в оценке стейкхолдеров

Цель исследования – представление результатов эмпирического исследования корреляции между содержанием компетентностной модели журналистского образования и компетентностными потребностями медиаотрасли.

Методология исследования. Для реализации цели проведен онлайн-опрос стейкхолдеров с помощью опросного листа с 5 блоками компетенций: «Инструментальные навыки», «Журналистские знания. Специальные медианаучные знания», «Коммуникационная компетенция», «Отраслевые/специальные знания и умения», «Социальная ориентированность». Результаты опроса были обобщены в конкретных цифровых показателях, оценена их выраженность. Для оценки полученных данных применены методы сравнительного анализа и синтеза.

Результаты. Сделан вывод о наличии существенного разрыва между компетентностной моделью журналистского образования и содержанием компетенций, применяемых в практической журналистской деятельности. Наибольшую корреляцию продемонстрировали коммуникационная и языковая компетентности, что обусловлено функциональной природой журналистской деятельности. Знаниевый компонент журналистского образования в ответах стейкхолдеров представлен преимущественно медиаправом, медиапсихологией и набором фундаментальных гуманитарных дисциплин. Акцент сделан также на адаптивной компетенции, способности работать с источниками и осуществлять верификацию информации.

Новизна. Впервые на основе компетентностной модели Вайшенберга структурированы компетенции, предложенные отечественным Стандартом высшего образования. Полученный дифференцированный перечень предложен для оценки стейкхолдерам медиаотрасли.

Практическое значение. Полученные результаты и выводы исследования могут быть использованы для оптимизации компетентностной модели журналистского образования.

Ключевые слова: компетенции, журналистское образование, стейкхолдеры, журналисты, медиарботники, медиаотрасль.