

Спеціальні знання в структурі компетентності фахівців у мас-медійній діяльності як вияв конвергенції

Конвергенція трансформує методологічні підходи до формування компетентнісної моделі професії «журналіст», що передбачає органічне поєднання традиційних поглядів на журналістську майстерність з умінням застосовувати інформаційні технології та володінням спеціальними знаннями. Мета дослідження полягає у виявленні особливостей впливу конвергенції на значення спеціальних знань у структурі компетентності фахівців у мас-медіа. Для реалізації мети передбачено визначити особливості впливу соціальнокомунікаційних та інформаційно-технологічних чинників розвитку конвергенції на компетентнісні характеристики журналіста; установити залежність розширення компетентнісних характеристик від реалізації функцій масової комунікації. Конвергенція актуалізує питання подолання суперечностей сучасної професійної підготовки журналістів. Суспільний попит на компетентнісні якості журналістів щодо вільного володіння спеціальними знаннями зумовлений передусім соціальнокомунікативними чинниками розвитку процесів. Інформаційно-технологічні чинники конвергенції зумовлюють опанування журналістами інформаційних технологій як суто професійних знань, що забезпечують появу та ефективне використання нових медіаплатформ, суттєво змінюють мас-медіа як спосіб представлення та використання інформації.

Ключові слова: компетентність, журналістська майстерність, спеціальні знання, контент.

Вступ. В умовах глобалізації і поширення конвергентних процесів, інтеграції України в європейський комунікаційний, науковий та освітній простір зростають вимоги суспільства до професійної компетентності журналіста, що створює передумови реалізації як традиційних, фундаментальних, так і нових функцій масової комунікації під час діяльності суспільства, життєдіяльності окремих індивідів.

Переважно питання професійної компетентності журналіста вивчається в освітньому аспекті: в контексті формування компетентнісних характеристик майбутніх фахівців мас-медіа. Ці питання досліджують українські та зарубіжні вчені В. Різун, В. Іванов, О. Жирун, С. Амеліна, Л. Анпілогова, Ю. Ємельянов, Ю. Жуков, Т. Колбіна, В. Болотов, В. Серіков, І. Зимня, Н. Копилова, Н. Кузьміна, О. Овчарук, Н. Корольова, Д. Люїс, А. Маркова, А. Москаленко, А. Панфілова, Л. Петровська, А. Сергієнко, Л. Столяренко, О. Федоров.

Грунтовне дослідження процесів формування професійної компетентності майбутніх журналістів засобами іншомовних періодичних видань здійснила українська дослідниця І. Чемерис, трактуючи професійну компетентність як систему теоретичної і практичної готовності особистості до ефективної самореалізації у професії, що реалізується через парадигму професійно важливих знань, умінь, якостей, здібностей, схильностей та досвіду професійної діяльності [1]. Досліджуючи поняттєву систему терміна «професійна компетентність журналіста»,

І. Чемерис виокремлює дві сфери реалізації компетентнісних даних журналіста: мотиваційну (загальнокультурну, ціннісну та соціальну компетентності) та операційну (комунікативну, інформаційну, методологічну, особистісну).

Більш поглиблено М. Дяченко вивчає один із різновидів професійної компетентності – комунікативну компетентність в аспекті професійної культури творчої особистості майбутнього журналіста – і визначає його як сукупність досвіду, комунікативних знань, умінь, навичок, компетенцій, які дають змогу творчо самовизначитися журналістській індивідуальності у сфері професійного спілкування, вирішити спектр поставлених творчих завдань. Дослідниця розглядає комунікативну компетентність у руслі здатності особистості до мовленнєвого спілкування і вміння слухати, що є однією з найважливіших особистісно-професійних рис журналіста [2].

Про існування суспільного інтересу до питання компетентнісних характеристик журналістів свідчить розроблення професійних стандартів не тільки окремо вищими навчальними закладами, але й у їхній тісній співпраці із зацікавленими суспільними інститутами. Приміром, у 2012 р. в межах міжнародної програми «Сучасна освіта» партнерами проекту щодо розроблення паспорту професії у галузі «Журналістика» для кваліфікації «Журналіст мультимедійних засобів масової інформації» виступили Британська Рада, Міністерство освіти і науки України, Конфедерація роботодавців України та аналітичний центр «БЕСТ». Розробляючи «Паспорти професій» та



апробуючи їх як пілотні проекти в провідних університетах, авторські колективи виконують важливе соціальне завдання – допомогти усунути наявний нині дисбаланс на ринку праці між попитом і пропозицією фахівців, коли знання та навички випускників не відповідають вимогам роботодавця [3].

Зіставляючи систему функцій журналіста медійних видань із системою компетентцій (професійно-нормативною, професійно-виробничою, управлінською, працезохоронною, соціальною, особистісною), автори створили модель компетентності, якою повинні володіти журналісти мультимедійних засобів масової інформації. З-поміж компетентнісних якостей, передбачених проектом, виокремлюємо низку тих, які, на наш погляд, найбільш яскраво вказують на необхідність не тільки власне професійних, але й ґрунтовних спеціальних знань у певній галузі. Журналіст, якою б не була його спеціальність, має:

- добре знатися на основних тенденціях у політиці, культурі, соціально-економічних процесах;
- оперативно обробляти нову інформацію і мати здатність швидко опановувати, вивчати нове поле діяльності;
- підтримувати загальні та спеціалізовані знання на сучасному рівні;
- розвивати спеціалізовані знання в конкретній сфері спеціалізації видання;
- розвивати корисні контакти з експертами в спеціалізованій сфері, встановлювати взаємини, що дають можливість отримати від експерта ексклюзивну інформацію з урахуванням дефлайнів редакції;
- сприяти креативності й інноваційності в журналістиці, ділитися теоретичними і практичними (технологічними) напрацюваннями, ідеями, досвідом із колегами.

Мета статті – виявити особливості впливу конвергенції на значення спеціальних знань у структурі компетентності фахівців у мас-медійній діяльності.

Завдання статті:

- визначити методологічну базу аналізу використання галузевих наукових та науково-технічних знань як об'єкта дослідження;
- окреслити особливості впливу соціально-комунікаційних та інформаційно-технологічних чинників розвитку конвергенційних процесів на спектр компетентнісних характеристик масово-комунікаційної діяльності;
- установити залежність розширення компетентнісних характеристик масово-комунікаційної діяльності від реалізації функцій масової комунікації.

Методи дослідження. Поряд із загальнонауковими методами дослідження компетентності представлення науково-технічних знань у мас-медійних текстах спеціальну методологічну базу становить соціальнокомунікаційний підхід. На думку професора В. Різуна, сутністю цього нового для науки підходу є фіксація, моніторинг,

опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, тобто у вивченні реалізації об'єктом дослідження того соціального впливу, який технологічно закладався, і реакції соціуму на об'єкт впливу [4, с. 10]. Тому під час використання соціальнокомунікаційного підходу в дослідженні увага акцентується на здійсненні функціональних завдань комунікаційних об'єктів у соціальному вимірі, а саме на фіксації досліджуваного об'єкта у природній для нього системі суспільних координат, на спостереженні за ним в соціальних умовах, на експериментуванні з досліджуванним об'єктом у реальних або лабораторно відтворених соціальних умовах, на описі результатів спостережень чи експериментів щодо соціально заданих параметрів, на аналізі результатів досліджень у соціально заданому контексті, на соціально зорієнтованій інтерпретації результатів аналізу.

Результати й обговорення. За сучасних умов, в епоху конвергенції у сфері засобів масових комунікацій, що ґрунтується на цивілізаційних передумовах, компетентність повинна набувати і кваліфіковано володіти новими системними ознаками, оскільки реалізується на перетині традиційної журналістської творчості та ринкових механізмів. У теорії масових комунікацій конвергенція позначає процеси, що відбуваються в медіабізнесі, а саме процеси концентрації бізнесу на основі злиття в одному холдингу різних типів медіа. Засоби масової комунікації як компоненти інформаційного ринку перебувають у рамках ринкових механізмів, ринкових цінностей, ринкових відносин, а тому є відкритими для взаємних впливів та взаємного збагачення. Саме тому сьогодні належний компетентнісний рівень журналістів формують не просто професійні знання, але й спеціальні знання інших галузей, у межах яких працює фахівець-журналіст. Безперечно, що він, реалізуючи різноманітні функції масової комунікації, створюючи масовокомунікаційний продукт, повинен володіти традиційно встановленою системою знань. Ідеться про:

- знання гуманітарних, соціально-економічних, фундаментальних та професійно орієнтованих дисциплін, оволодівши якими журналіст виконує професійні, психологічні, риторичні функції;
- загальні та професійні вміння, що дають змогу реалізувати інформаційно-технічну, праксеологічну, рефлексивну функції;
- ціннісно-мотиваційні характеристики, світоглядну та соціально-політичну позиції;
- індивідуально-психологічні особливості;
- життєвий та професійний досвід [1].

Однак чи цього достатньо в умовах розгортання медіабізнесу, в умовах конкурентної боротьби не тільки за масову аудиторію чи вагому групу фахівців або аматорів у певній сфері суспільного життя, але й за споживачами інформації з вузькоспеціальних сфер?

Конвергенція актуалізувала питання якості масовокомунікаційного продукту, що має реаль-



не своє вираження у фінансово-економічному та репутаційному аспектах. Попит на журналістів, які, крім власне фахових журналістських знань та умінь, вільно володіють знаннями у певній сфері суспільного буття – в історії, політології, науково-технічній сфері – свідчить про суттєві зрушення щодо компетентнісних якостей журналістів.

Соціальнокомунікаційні чинники розвитку конвергенційних процесів, на відміну від інформаційно-технологічних, займають домінуючі позиції в розширенні спектра компетентнісних характеристик масовокомунікаційної діяльності, оскільки вони знаходять свій вияв у формуванні цілісного комунікаційного середовища на зміну сегментованого комунікаційного середовища. Цілісне комунікаційне середовище формується внаслідок дії комплексу взаємозумовлених процесів, що мають причинно-наслідковий зв'язок:

- формування вузькоспеціалізованих інформаційних потреб аудиторії;
- зростання кількості вузькоспеціалізованих ЗМІ, які задовольняють інформаційні потреби аудиторії;
- фрагментація та уточнення сегментації аудиторії, зміна її потреб і звичок;
- розвиток ЗМІ з різним соціальним призначенням, поглиблення їх сегментації;
- формування ЗМІ як єдиного комунікаційного простору.

Інформаційно-технологічні чинники, що дедалі більше зумовлюють оволодіння журналістами інформаційних технологій як суто професійних знань, забезпечують не просто відтворення старих моделей, а появу нових медіаплатформ, котрі суттєво змінюють ЗМІ і як спосіб представлення та формат інформації, і як спосіб її споживання. Явище конвергенції стає можливим завдяки розвитку цифрових технологій, що забезпечують єдину технологічну платформу для трансляції медіаконтенту.

Актуалізація інформаційно-технологічних чинників в аспекті обов'язкового включення спеціальних галузевих знань у систему компетентнісних характеристик журналістів зумовлена тим, що дигітальність створює конкурентні переваги в боротьбі журналістики, реклами, паблік рилейшнз. Рівень кваліфікації авторів медіапродукту, фахове представлення спеціального контенту на медіаринку підвищують конкурентоздатність каналу комунікації на різних рівнях: між різними телеканалами, між телеканалами та інтернет-сайтами, кабельними операторами, кінотеатрами. Мобільність, гнучкість, індивідуальність, інтерактивність, керованість представлення і споживання контенту висувають вимогу не тільки наявності у журналістів власне професійної майстерності, а й кваліфікованого використання спеціальних знань із певної сфери діяльності.

Таким чином, конвергенція зумовлює зміну об'єкта конкурентної боротьби: якщо за ТВ-

епохи це був час, який масова аудиторія готова витратити на певний канал інформації, то в умовах мультиплексації інформаційних потоків триває змагання за привернення уваги споживачів інформації. Якісний контент, підготовлений кваліфікованими фахівцями, що володіють секретами журналістської майстерності в поєднанні з вільним використанням спеціальних наукових та науково-технічних знань, і поширений різними медіаплатформами, – неодмінна умова забезпечення конкурентоздатності в умовах конвергенції.

В еволюції професіограми журналістської діяльності саме цей аспект – вільне володіння журналістами спеціальними науковими та науково-технічними знаннями – є характерною ознакою на етапі трансформаційних процесів у мас-медіа, органічною і невід'ємною умовою розвитку інформаційного суспільства, суспільства знань.

Вплив конвергенції на масовокомунікаційну діяльність позначається і на трансформації функцій мас-медіа, оскільки структуру функцій масової комунікації визначають науково-технічні, економічні, ідеологічні передумови поширення і сприйняття інформації. Діахронний підхід до вивчення еволюційної зміни функціональних характеристик мас-медіа дає змогу стверджувати, що до 40-х рр. ХХ ст., в умовах тотального контролю влади, ЗМІ виконували три основні функції: інформування, пропаганди, організації. У другій половині минулого століття, із трансформацією ЗМІ в аудіовізуальну форму мистецтва, науки, освіти, медіа набули функцій транслятора цінностей суспільства.

Зіставлення функціональних характеристик масової комунікації, які виокремлюють ранні комунікативісти Г. Д. Лассвелл [5], Ч. Райт, автор першої комплексної систематизації функцій медіа Д. МакКвайл [6, с. 82–83], сучасні українські вчені Г. Почепцов [7, с. 23–24], В. Іванов [8, с. 90], З. Партико [9], С. Михальчик [10], О. Кузнецова [11, с. 14–15], зарубіжні дослідники Я. Засурський [10, с. 10], Л. Землянова [13, с. 247–248], Є. Прохоров [14, с. 56], Ф. Шарков [15, с. 65–67, 221], віддзеркалює як стабільні параметри, так і діахронні зміни того соціального впливу, який технологічно закладають масовокомунікативна діяльність і реакція соціуму на об'єкт впливу.

Узагальнюючи погляди науковців (*див.* Табл. 1), слід відзначити сталість позицій щодо головних, базових функцій масової комунікації:

- головною функцією масової комунікації є збереження людських цінностей та інститутів в єдності із соціальним середовищем;
- масова комунікація виконує функцію посередника між людиною і навколишнім світом.

Водночас загальні, спеціалізовані функції характеризуються розмаїттям поглядів науковців, авторським сприйняттям та акцентуванням на найрізноманітніших здатностях масової комунікації задовольнити інформаційні потреби споживачів. Даючи можливість задовольнити



Таблиця 1.

Базові функції масової комунікації (погляди різних учених)

Автор	Функція	Сутність функції (підфункція)
Г. Лассвелл	інформаційна	спостереження за середовищем
	вплив на суспільство через зворотний шлях	кореляція із соціальними структурами суспільства
	пізнавально-культурологічна	передавання культурних цінностей
Ч. Райт	розважальна	
Д. МакКвайл	задоволення потреби в інформації	зорієнтованість на релевантні події в суспільстві і світі
		пошук відповідей на практичні питання, поглядів, альтернатив у прийнятті рішень
		задоволення цікавості і загального інтересу
		навчання, підвищення кваліфікації
		прагнення до почуття впевненості, яке дають знання
	задоволення потреби в особистій ідентичності	посилення особистісних ціннісних позицій
		пошук моделей поведінки
		ідентифікація з іншими (в мас-медіа)
		самоутвердження особистості
	задоволення потреби в інтеграції і соціальній інтеракції	поставити себе в умови життя інших (соціальна емпатія)
		ідентифікувати себе з іншими, мати почуття належності
		отримати основу для розмов і соціальної інтеракції
		знайти заміну для спілкування або партнера
		отримати допомогу для вибору соціальних ролей
	задоволення потреби в розвагах	установити контакт із родиною, друзями, суспільством
втеча від дійсності, усунення від проблем		
релаксація		
культурне або естетичне виховання		
заповнення вільного часу		
емоційне розвантаження		
Ф. Шарков	інформаційна	взаємини суспільства та індивіда
	регульовальна	соціальний контроль
	культурологічна	збереження спадковості
Л. Землянова	головні функції	контроль за навколишнім середовищем і попередження суспільства про небезпеку його руйнування
		кореляція елементів суспільства й середовища
		збереження і передавання соціально-культурного спадку
	функція гри	забезпечення рекреативності
	кореляції	зв'язок реальності з її відображенням у медіа
	програмування	введення в суспільстві символів і стереотипів
	соціалізації	формування поглядів на життя і мораль
	задоволення інформаційних потреб	орієнтування на вибірковість і задоволення потреб невеликих груп
	функція ескапізму	допомога в ухиленні від негативних аспектів реального життя
Я. Засурський	інформаційна	доведення інформації про події, факти світу
	аналітична	осмислення, коментування фактів, організація суспільного діалогу
	розважальна	заповнення вільного часу
Є. Прохоров	функція формування масової свідомості	від впливу на погляди до впливу на формування цінностей, світогляду, ідеалів аудиторії
	комунікативна	спілкування
	контрольна, регулятивна	контроль за органами влади
	культурно-образотворча	естетичне виховання
О. Кузнецова	соціальна, зокрема	інформаційна
		регулятивна (управлінська)
		об'єднавча
		виховна
		освітня
		рекреативна
		гедонічна
		рекламна
		ідеологічна
		контрольна
загальнопсихологічна, зокрема	утилітарна, емоційного розрядження	
соціальнопсихологічна, зокрема	соціального орієнтування, функція афіліації (потреба у спілкуванні, емоційних контактах)	

Наукові записки Інституту журналістики. Том 56. 2014. Листопад – вересень.



Автор	Функція	Сутність функції (підфункція)
Г. Почепцов	синхронізація життя суспільства в часі й просторі	формування системи цінностей та знань
В. Іванов	соціалізація	формування поглядів на життя і мораль
	стандартизація поведінки людей в життєвих ситуаціях	введення в суспільстві символів і стереотипів
З. Партико	інформаційна	відображення значних подій
		відображення значних рішень влади
		розширення інформованості суспільства

основні психологічні і соціальні потреби, масово-комунікаційна діяльність потребує і відповідного компетентнісного рівня журналістів, зокрема ґрунтового рівня знань певної галузі, адже є цілі сегменти функцій масової комунікації, де особистісні, кваліфікаційні якості журналіста зумовлюють створення якісного масовокомунікаційного продукту. Насамперед суспільно-політичних програм у прямому ефірі, а також освітніх, науково-популярних, культурологічних, реклами.

Про універсальність галузевої інформації, яка може поширюватися через мас-медіа, наприклад, в рекламних, освітніх чи науково-популярних програмах, свідчить виділення низки функцій, що вказують на цілеспрямовану запрограмованість масової комунікації на всеосяжність впливу на аудиторію. Приміром, Є. Прохоров виокремлює головну функцію мас-медіа – формування масової свідомості, що реалізується тотально: від впливу на погляди до впливу на формування цінностей, світогляду, ідеалів аудиторії [14]. Л. Землянова вказує на функцію задоволення інформаційних потреб, яку трактує як орієнтування на вибірковість і задоволення потреб невеликих груп [13]. Тобто і масова аудиторія, і цільова аудиторія, які мають спеціалізовані інтереси, і окремі споживачі інформації охоплені системою масової комунікації. Когнітивний компонент властивий впливу ЗМІ на аудиторію внаслідок реалізації низки функцій: формування системи цінностей та знань [7], формування поглядів на життя і мораль [8], інформаційна, регулятивна (управлінська), виховна, освітня, рекламна, ідеологічна, контрольна [11], розширення інформованості суспільства, задоволення пізнавальних, естетичних, емоційних потреб [9], створення відчуття інформованості, безпеки, пізнання, орієнтації, поповнення знань із різних сфер функціонування світу [10].

Висновки. Таким чином, конвергенція змінює методологічні підходи до формування компетентнісної моделі професії «журналіст», що передбачає органічне поєднання традиційних підходів до журналістської майстерності з вимогами уміння застосовувати інформаційні технології та володіння спеціальними знаннями у певній галузі, що дозволить кваліфіковано готувати і пропусувати на різних медіаплатформах масовокомунікаційний продукт: суспільно-політичні, освітні, науково-популярні, культурологічні програми, рекламу. Конвергентні процеси, пропонуючи нові технологічні та економічні сфе-

ри розвитку компетентнісних параметрів журналістської майстерності, актуалізують питання подолання суперечностей, які характеризують сучасну професійну підготовку журналістів:

- між традиційною моделлю компетентнісних характеристик фахівця-журналіста і моделлю компетентності фахівця мас-медіа в умовах інформаційного суспільства;
- між вимогами, що висуває суспільство до рівня професійної компетентності журналістів, і науковим обґрунтуванням процесу її формування й розвитку на етапі підготовки фахівців для журналістики у вищих навчальних закладах, під час перекваліфікації фахівців інших спеціальностей та здобуття журналістського фаху;
- між необхідністю володіння комунікативною компетентністю і неготовністю журналістської освіти пристосуватися до динаміки розвитку медіабізнесу, медійного ринку, що призводить до розриву між освітою та реальними соціальними умовами професійної діяльності.

Зрушення суспільного попиту на наявність компетентнісних якостей журналістів щодо вільного володіння знаннями у певній сфері суспільного буття зумовлюють передусім соціальнокомунікативні чинники розвитку конвергенційних процесів, оскільки вони знаходять свій вияв у формуванні цілісного комунікаційного середовища на зміну сегментованого комунікаційного середовища, у здатності журналістів створювати якісний інформаційний продукт, який забезпечить економічний, репутаційний успіх в конкурентному медіасередовищі.

Інформаційно-технологічні чинники конвергенції в масовій комунікації зумовлюють опанування журналістами інформаційних технологій як суто професійних знань, що забезпечують появу та ефективне використання нових медіаплатформ, суттєво змінюють мас-медіа як спосіб представлення та використання інформації, забезпечують мобільність, гнучкість, індивідуальність, інтерактивність, керованість представлення і споживання контенту. Актуалізація інформаційно-технологічних чинників в аспекті обов'язкового включення спеціальних галузевих знань у систему компетентнісних характеристик журналістів зумовлена тим, що дигітальність створює конкурентні переваги в боротьбі журналістики, реклами та паблік рилейшнз, підвищує конкурентоздатність каналу комунікації на різних рівнях, на різних технологічних платформах трансляції медіаконтенту.



1. Чемерис І. Формування професійної компетентності майбутніх журналістів засобами іншомовних періодичних видань : автореф. дис. ... канд. пед. наук / І. Чемерис. – К., 2008. – 19 с.

2. Дяченко М. Розвиток творчої особистості в контексті формування професійної компетентності майбутнього журналіста у процесі професійної підготовки [Електронний ресурс] / М. Дяченко. – URL: http://www.asconf.com/eng/archive_view/474.

3. Розробка профстандартів. Проект «Паспорт професії» [Електронний ресурс]. – URL: http://www.scm.com.ua/uk/sustainability/scm_social_projects/contemporary_education/rozrobka-profstandartiv/.

4. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. Різун // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. – Т. 1. – К. : КиМУ ; ДонНУ, 2011. – С. 7–11.

5. Lasswell H. The Structure and Function of Communication of Society / H. Lasswell // The Communication of Ideas / ed. L. Bryson, L. D. Harber. – N.-Y. : Harper and Brothers, 1948. – P. 37–51.

6. McQuail D. Mass Communication Theory / D. McQuail. 6th ed. – London ; Thousands Oaks ; New Delhi, 1994. – 50 p.

7. Шарков Ф. Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / Ф. Шарков, А. Родионов. – М. : ИД «Социальные отношения» ; Перспектива, 2003. – Ч. 1.

Техника и технология сбора и обработки информации. – 248 с.

8. Землянова Л. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : толковый словарь терминов и концепций / Л. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 301 с.

9. Прохоров Е. Введение в теорию журналистики / Е. Прохоров. – М. : МГУ, 1998. – 500 с.

10. Система средств массовой информации России / [под. ред. Я. Засурского]. – М. : МГУ, 1995. – 34 с.

11. Почепцов Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов. – К. : ВПЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.

12. Иванов В. Массовая коммуникация / В. Иванов. – К. : Академия украинской прессы ; Центр свободной прессы, 2013. – 902 с.

13. Кузнецова О. Засоби масової комунікації : посібник / О. Кузнецова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів : ПАІС, 2005. – 200 с.

14. Партико З. Теория массовой информации [Електронний ресурс] / З. Партико. – URL: <http://www.journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article>.

15. Михальчик С. Массовые коммуникации в системе гражданского общества / С. Михальчик // Масс-медиа и гражданское общество : монография. – Кривой Рог : Международ. исслед. центр «Человек: язык, культура, познание», 2008. – 227 с.

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

Petrushka Alina. Special knowledge in the structure of the competence of specialists in the mass media as a manifestation of the convergence.

Convergence transforms methodological approaches to the formation of a competency model of journalistic profession that provides an organic combination of traditional views on journalistic skills with the ability to use information technologies and possession of special knowledge. The aim of the study consists in revealing features of influence of the convergence to the value of special knowledge in the structure of competence of experts in the mass media. To determine the goals peculiarities of social communication and information-technological factors on the the convergence of competency characteristics of journalist are envisaged; the dependence of the competency characteristics' expansion of realization mass communication of functions is established. Convergence actualizes issue of overcoming the contradictions of modern professional training of journalists. The public demand for the competency quality of journalists in regard to proficiency of special knowledge is caused by primarily social and communicative factors of development of the convergence processes. Information and technological convergence factors the mastering of information technology by journalists as professional knowledge, which provide the appearance and effective use of new media platforms and significantly alter the mass media as a way of representing and using information are determined.

Keywords: competence, journalistic skills, expertise, content.

Петрушка А. И. Специальные знания в структуре компетентности специалистов в масс-медийной деятельности как явление конвергенции.

Конвергенция трансформирует методологические подходы к формированию компетентностной модели профессии «журналист», предусматривает органическое сочетание традиционных взглядов на журналистское мастерство с умением применять информационные технологии и владением специальными знаниями. Цель исследования состоит в выявлении особенностей влияния конвергенции на значение специальных знаний в структуре компетентности специалистов в масс-медиа. Для реализации цели предусмотрено определить особенности влияния социально-коммуникационных и информационно-технологических факторов развития конвергенции на компетентностные характеристики журналиста; установить зависимость расширения компетентностных характеристик от реализации функций массовой коммуникации. Конвергенция актуализирует вопрос преодоления противоречий современной профессиональной подготовки журналистов. Общественный спрос на компетентностные качества журналистов относительно свободного владения специальными знаниями обусловлен прежде всего социально-коммуникативными факторами развития конвергентных процессов. Информационно-технологические факторы конвергенции обуславливают овладение журналистами информационных технологий как сугубо профессиональных знаний, которые обеспечивают появление и эффективное использование новых медиаплатформ, существенно изменяют масс-медиа как способ представления и использования информации.

Ключевые слова: компетентность, журналистское мастерство, специальные знания, контент.