

УДК 378.147+070

Н.М. Поплавська, Н.Л. Дащенко

ФОРМУВАННЯ КРОС-МЕДІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ

У статті окреслено поняття крос-медійної компетентності. На основі аналізу нормативної частини навчального плану підготовки бакалавра виокремлено навчальні дисципліни, які мають великий потенціал щодо вироблення крос-медійних компетенцій студентів. Запропоновано орієнтовні форми роботи, підпорядковані формуванню крос-медійної компетентності студентів-журналістів.

Ключові слова: крос-медіа, крос-медійна компетентність, крос-медійна редакція, уміння, навички.

I. Вступ

Сучасний медійний простір та еволюційні зміни в ньому пов'язані з найновішими досягненнями у сфері інформаційних і комунікаційних технологій. Сучасні медіа взаємодіють, об'єднуються, завдяки чому відкриваються нові можливості для поширення інформації. Оскільки журналістика в цих процесах відіграє одну з провідних ролей, то вона визначає змістову та технологічну складові професійної діяльності сучасного журналіста. У такому контексті крос-медійність є наслідком кардинальних змін у медіасфері та характеризується багатозначністю трактувань. Вона має широкі перспективи і, ймовірно, може змінити не тільки медіа та професійну діяльність журналістів, а і їх підготовку.

II. Постановка завдання

Мета статті – мотивувати й актуалізувати новий підхід до навчання майбутніх журналістів на основі формування в них крос-медійної компетентності.

III. Результати

Аналіз педагогічних та журналістських досліджень (праці вітчизняних журналістикознавців В. Різуна, В. Іванова, В. Демченка, І. Михайлина) та врахування професійних стандартів журналістської професії дають змогу окреслити поняття *крос-медійної компетентності*. Під нею розуміємо сукупність знань, умінь, навичок, здібностей і досвіду, необхідних майбутнім журналістам для адекватного здійснення професійної діяльності в умовах сучасного модернізованого медіапростору.

Крос-медійне середовище передбачає особливий тип діяльності з творення медіаповідомлень, призначених для передачі різними каналами й об'єднаних на медіаринку мережевими технологіями та послугами. У таких умовах до журналіста висуваються нові вимоги: володіти професійними знаннями, навичками та вміннями, обов'язковими для медійної сфери, готувати медіаповідомлення для передачі в різних засобах

інформування: друкованих виданнях, на телебаченні, на радіо, в Інтернеті, соціальних мережах, через мобільні пристрої.

Формування крос-медійної компетентності в сучасній журналістській освіті видається важливою проблемою. В умовах конвергенції ЗМІ вона включає необхідність:

- 1) передбачити модель навчання, спрямовану на підготовку компетентного спеціаліста, професійний та особистісний потенціал якого відповідає запитам сучасного суспільства;
- 2) упроваджувати інноваційні підходи, які доповнюють основоположні теоретико-професійні принципи навчання.

Для реалізації таких підходів необхідно спершу з'ясувати об'єктивні та суб'єктивні передумови в системі журналістської освіти, проаналізувати чинні навчальні плани й тенденції розвитку журналістської освіти. Об'єктивними вважаємо передумови, продиктовані специфікою розвитку галузі в умовах крос-медійності. Суб'єктивні передумови визначаються рівнем технічної грамотності, технологічним забезпеченням та впровадженням інформаційних підходів у теоретичну та практичну підготовку майбутніх фахівців.

Інформація про специфіку та можливості транскордонного медіаповідомлень зосереджена в обов'язкових навчальних дисциплінах, спільних для освітньої діяльності всіх навчальних закладів України, що здійснюють підготовку майбутніх фахівців у сфері журналістики й соціальних комунікацій загалом.

Особливе місце посідають дисципліни циклу професійної та практичної підготовки бакалаврів. Серед них дисципліни комплексного характеру, як-от: "Основи журналістики" ("Організація роботи редакції і праці журналіста", "Технічні засоби виробництва"), "Журналістикознавство" ("Теорія журналістики", "Теорія і методика журналістської творчості", "Медіакритика"), "Журналістський фах" ("Новинна журналістика", "Репортерська дія-

льність”, “Аналітична журналістика”, “Кореспондентська діяльність (агенційна журналістика)”, “Фотожурналістика”, “Інтернет-журналістика”, “Газетно-журнальне виробництво (дизайн друкованого видання)”, “Телевиробництво”, “Радіовиробництво”, “Художньо-публіцистична журналістика”).

Кожен із цих навчальних предметів має своє змістове наповнення, методичний інструментарій. Вони покликані забезпечити якісне освоєння студентами відомостей про предмет, виробити вміння й навички, які можуть бути застосовані в професійній діяльності.

Вважаємо, що ці навчальні предмети мають великий потенціал щодо теоретичного осмислення та практичного освоєння перетинів у структурі й функціях сучасних медіа. Спробуємо простежити це на прикладі однієї з навчальних дисциплін.

Аналітичну журналістику студенти вивчають у третьому семестрі (другий курс). Їй передують опанування новинної журналістики та репортерської діяльності. На основі базових знань новий курс має на *мети* навчити студентів оперувати аналітичними методами журналістики під час збору інформації, глибоко використовувати аналіз і синтез при відборі фактів, бездоганно оволодіти логічно-композиційною структурою аналітичних жанрів та вміло використовувати її в процесі творення журналістських повідомлень.

Серед *завдань* курсу можуть бути такі:

- забезпечити розуміння динамізму журналістської творчості, пов’язаного з індивідуально-психічними якостями особистості: літературні здібності, досконале володіння мовою, інтелект, соціальна відповідальність, пам’ять, мислення, пошук ідей, емоційна стабільність, самоконтроль, воля тощо;
- розвивати глибоке розуміння взаємозв’язків між професією журналіста й моделлю сучасного світу, сферою глобальних інформаційних потоків;
- сприяти розумінню зв’язків, що існують між явищами, визначенню їх причин, оцінюванню їх значущості, прогнозуванню розвитку;
- ознайомити з основними жанротвірними чинниками в контексті національної журналістики;
- ознайомити із сучасними класифікаціями аналітичних журналістських жанрів;
- вивчити специфічні ознаки журналістських текстів аналітичних жанрів.

У ході вивчення курсу важливо організувати практичні та лабораторні заняття так, щоби в студента формувалися вміння й навички використання на практиці можливостей традиційних аналітичних жанрів: аналітична кореспонденція, аналітичний звіт, аналітичне інтерв’ю, аналітичне опитування, ре-

цензія, стаття, лист, огляд, огляд преси, коментар, бесіда, соціологічне резюме, анкета, моніторинг, рейтинг, журналістське розслідування, прогноз, версія, експеримент, сповідь, аналітичний прес-реліз.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні:

знати:

- особливості сучасного інформаційного простору;
- жанротвірні чинники;
- журналістські аналітичні методи та їх класифікацію;
- жанрову специфіку аналітичних текстів для різних видів ЗМІ;
- сучасну “жанрову палітру”, “модифіковані” та нові стійкі типи аналітичних публікацій;

уміти:

- підготувати матеріал будь-якого аналітичного жанру;
- розуміти явище дифузії жанрів та вміти вибирати оптимальні жанрові різновиди для висвітлення проблем;
- відшукувати та планувати теми власних аналітичних повідомлень;
- працювати з різними джерелами інформації;
- фіксувати, зберігати, аналізувати, інтерпретувати факти;
- реалізовувати творчий задум у межах обраного жанру чи жанрового різновиду;
- використовувати мовно-стилістичні можливості втілення теми;
- співпрацювати з редакціями з метою розміщення своїх матеріалів у ЗМІ.

Вироблення професійних умінь і навичок має підпорядковуватися суворій послідовності як при вивченні всього циклу дисциплін практичної підготовки, так і в межах кожного окремого предмета. Наприклад, теоретичне опрацювання теми “Рецензія” може здійснюватися за таким орієнтовним планом [1; 3]:

1. Рецензія як аналітичний критичний жанр.
2. Види рецензій.
3. Завдання та структура рецензії.
4. Специфіка літературних, мистецьких та наукових рецензій.

Лабораторні заняття доцільно присвятити виробленню вмінь практичного характеру. Можна запропонувати таку методику опрацювання теми:

1. Ознайомлення зі зразками рецензії у різних ЗМІ.
2. Аналіз специфічних жанрових ознак рецензії.
3. Вибір теми для групового та індивідуального опрацювання в межах жанру.
4. Збір інформації до теми, зважаючи на специфіку ЗМІ.
5. Написання рецензії.
6. Колективне обговорення підготованих матеріалів (текстів, ілюстрацій).

7. Колективна оцінка можливостей розташування підготованих матеріалів у різних видах ЗМІ.

Самостійна робота з теми може полягати в прочитанні художніх і науково-публіцистичних текстів, відвідуванні культурно-мистецьких заходів (вистав, виставок, концертів, флеш-мобів, ярмарків тощо), прослуховуванні радіопередач, перегляді теле- і кінофільмів, прослуховуванні записів (публічних виступів, музичних творів) тощо.

Важливо запропонувати студентам достатній і посильний список літератури для теоретичного осмислення жанру. Оптимальним може бути перелік із 3–5 основних книг.

Зупинимося детальніше на формах роботи, підпорядкованих формуванню крос-медійної компетентності. Вважаємо, що послідовне застосування колективного та індивідуального планування щодо можливостей розташування підготованих матеріалів у різних видах ЗМІ, зрештою, виробить у студентів готовність застосовувати такий підхід у професійній діяльності.

Планування й підготовку матеріалів варто здійснювати на основі мотивації. Тобто кожен має дати відповідь на ряд запитань [2].

Яке призначення матеріалу?

- Затримати увагу глядача / слухача / читача / відвідувача.
- Перекопати його повернутися до матеріалу (теми).
- Залучити до обговорення чи коментування ситуації.
- Спонукати до певних дій (наприклад, надання інформації, рекомендацій, участь в інтерактивному голосуванні, здійснення покупки тощо).

Де його розмістити?

- Газета, журнал (місцева, регіональна, всеукраїнська преса).
- Електронні видання чи електронні версії друкованих видань.
- Телевізійна програма, радіопередача (в запису, в прямому ефірі).
- Сайт.
- Персональний блог.
- Відеотрансляція на Youtube, Twitter.
- Мобільна версія.

Які характеристики матеріалу (продукт)?

- Які елементи включати в матеріал / продукт?
- Наявність яких елементів позитивно впливає на матеріал / продукт?
- Які критерії вибору при здійсненні процесу: стратегія, думка керівника групи (редакції), крос-медійні можливості, тривалі або короткі часові межі, відсутність критеріїв?
- Які навички та знання є для створення матеріалу / продукту?

- Які додаткові навички та знання є для створення матеріалу / продукту?

Що включити в планування крос-медійної кампанії?

- Управління виробництвом: огляд, строки, відповідальність (обов'язки), збір необхідної кількості історій до початку кампанії.
- Підготовка прикладів і документації заздалегідь.
- Створення бази даних (аудіо- та візуальних даних).
- Залучення “випадкових” людей, присутніх у всіх епізодах матеріалу (продукту) протягом усього строку кампанії.
- Створення інтригуючого (шокуючого) початку.
- Забезпечення подальшого оновлення матеріалу (продукту), підтримка інтересу до нього.
- Спонукування інших ЗМІ “підхопити” історію.
- Переривання історії в потрібний момент.
- Підтримка динаміки подання матеріалу (продукту).
- Надання доступу до матеріалу в Мережі: розміщення в хронологічному порядку, спрощення пошуку необхідної інформації.
- Використання соціальних мереж для пошуку нових випадків, точок зору й конфліктних ситуацій.
- Використання соціальних мереж для ведення дискусій.

Після теоретичного вивчення теми, практичного та лабораторного освоєння за поданою методикою доцільно апробувати студентські роботи. У випадку нашого навчального закладу для цього можна використати сайт університету, сайт кафедри журналістики, університетську газету “Студентський вісник”, електронне табло в головному корпусі університету (з можливістю трансляції фотографій, текстів, відео- та аудіозаписів).

Вважаємо, що формуванню крос-медійної компетентності в підготовці студентів-журналістів сприяє створення в навчальних закладах *крос-медійних редакцій*. Під такою редакцією розуміємо виробничо-творчу структуру, що корегує виготовлення медіапродукту для декількох каналів передачі, що входять до медіаоб'єднання навчального закладу. Редакція стане базою для технічного мультимедійного забезпечення навчального процесу та реалізації здобутих теоретичних знань студентів, кореляції навчального процесу з майбутньою практичною діяльністю з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Для формування крос-медійної компетентності студентів суттєве значення мають і дисципліни за вибором. У навчальних планах підготовки бакалавра та магістра журналістики передбачено дисципліни самостійного вибору вищого навчального закладу й самостійного вибору студента. Ці дисципліни подаються за циклами: соціально-гуманітарної, соціально-

економічної, математичної та природничо-наукової, професійної та практичної підготовки.

Поглиблюють знання про традиційні й новітні медіа, а також специфіку їх функціонування в сучасному інформаційному суспільстві дисципліни спеціалізації (преса, радіо, телебачення, Інтернет), спецкурси та спецсемінари й різні види практик, які освоюють студенти бакалаврату. Для магістрантів передбачено навчальні предмети, які забезпечують теоретичне осмислення та практичне освоєння перетинів у структурі й функціях сучасних медіа. Це такі дисципліни вибіркової частини: “Теорія та історія соціальних комунікацій”, “Прикладні соціально-комунікаційні технології”, “Західноєвропейські комунікаційні системи”, “Комунікаційні системи Америки”.

Сприяти професійній обізнаності з конвергентними рисами сучасних медіа покликані кілька тематичних груп навчальних предметів.

Перша сприяє формуванню редакційної складової крос-медійної компетентності (бакалаврат: “Теорія та основи видавничої справи”, “Дизайн друкованого видання”, “Веб-дизайн та HTML-програмування”, “Організація роботи віртуальної редакції”, “Проблематика ЗМІ”, “Правописний практикум”, “Редагування в ЗМІ”; магістратура: “Теорія та історія видавничої справи та редагування”). Вивчення цих предметів забезпечує вміння та навички щодо підготовки повідомлень, а також їх адаптації до оприлюднення в різних медіа.

Друга пов'язана з формуванням рекламної складової крос-медійної компетентності (бакалаврат: “Реклама і зв'язки з громадськістю”; магістратура: “Історія науки про зв'язки з громадськістю”). Цій складовій, що має формувати вміння й навички змістової, творчої та формальної підготовки повідомлень для багатоканальної передачі (оприлюднення), у вибірковій частині навчального плану в Тернопільському національному педагогічному університеті імені Володимира Гнатюка не приділено належної уваги. Перспективи оптимізації формування цієї складової крос-медійної компетентності пов'язані саме з уведенням відповідних навчальних предметів.

Третя група дисциплін має на меті формувати менеджментову складову крос-медійної компетентності (бакалаврат: “Основи споживчих знань”, “Вступ до підприємництва”, “Основи менеджменту”; магістратура: “Економіка і менеджмент ЗМІ”, “Практикум з медіаменеджменту”, “Практикум з видавничого менеджменту”). Ці предмети мають на меті запропонувати знання про принципи, методи, форми та засоби успішної координації з розміщення повідомлень у різних медіа для пізнаваності марки й отримання прибутку.

Динаміка сучасного медійного простору вимагає від освітніх закладів оперативно реагувати на зміни у сфері соціальних комунікацій. Тому навчальні плани необхідно постійно оновлювати, щоб забезпечити їх відповідність актуальним компетентностям. Для формування крос-медійної компетентності в Тернопільському національному педагогічному університеті варто наповнювати навчальні предмети відповідним змістом, посилити рекламну тематичну складову. Розробити план професійно-творчої практичної підготовки студентів на базі медіастудії, що працюватиме в режимі крос-медійної редакції.

За час навчання реально підготувати майбутніх журналістів до виготовлення одного з видів крос-медійних продуктів – продукту, створеного на основі певного факту, теми або розслідування (катаклізми, вибори, політичні процеси тощо). Інший вид продукту, створений на основі певного медійного досвіду, достатнього для створення іншого медійного досвіду (телевізійне шоу або художня вистава), студенти можуть опанувати під час різних видів практики.

Отже, реалізація таких підходів дає можливість сформувати особистість майбутнього журналіста як професіонала, що володіє необхідним творчим потенціалом, відповідальністю за свою професійну діяльність, реагує на вимоги сучасної медіагалузі.

Наші спостереження не претендують на вичерпне вирішення всіх аспектів проблеми. Для цілісного та всеохопного її осмислення й отримання очікуваного ефекту необхідні: подальший аналіз науково-методологічного забезпечення кожної дисципліни з орієнтацією на крос-медійний аспект, створення спеціального курсу та відповідних підручників і посібників.

Список використаної літератури

1. Журналістський фах. Аналітичні жанри : роб. навч. прог. для студ. спец. “Журналістика” [Електронний ресурс] / укл.: О.Г. Підлуцький, Р.В. Радчик, М.А. Карась. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2008. – Режим доступу: <http://do.gendocs.ru/docs/index-371783.html>.
2. Крістенсен Н. Конвергенція у телебаченні та радіомовленні, а також у ЗМІ [Електронний ресурс] / Ніколай Крістенсен // Медіаконвергенція. – 2011. – Режим доступу: itk.ua/uploads/page/downloadfile.php?file=ua_28_02_2011.
3. Методичні вказівки до практичних занять із курсу “Аналітичні жанри” для студентів 3-го курсу спеціальності “Журналістика” денної форми навчання / укл. О.М. Сушкова. – Суми : Вид-во СумДУ, 2006. – 29 с.

Стаття надійшла до редакції 07.10.2013.

Поплавская Н.Н., Дашченко Н.Л. Формирование кросс-медийной компетентности студентов-журналистов

В статье обозначено понятие кросс-медийной компетентности. На основе анализа нормативной части учебного плана подготовки бакалавра выделены учебные дисциплины, которые имеют большой потенциал по выработке кросс-медийных компетенций студентов. Предложены ориентировочные формы работы, подчиненные формированию кросс-медийной компетентности студентов-журналистов.

Ключевые слова: кросс-медиа, кросс-медийная компетентность, кросс-медийная редакция, умения, навыки.

Poplavska N., Dashchenko N. Formation of cross-media competence of students majoring in journalism

In the given article it is stated that cross-media environment provides a special kind of activity, connected with the creation of media-messages that are broadcast by different channels and are combined by network technologies and services in media-market. Under such conditions, new requirements are put to a journalist: to possess professional knowledge, skills and habits that are obligatory for media sector; to create media-messages for transmission in various media: printed editions, television, radio, Internet, social networks and through mobile devices.

Cross-media has broad prospects, and is likely to alter not just media and professional activity of journalists but their training as well. In this regard, the formation of respective competence becomes especially significant in the system of In the present paper the notion of cross-media competence is outlined as a combination of knowledge, skills, habits, abilities and experience that are necessary for future journalists to carry out adequately their professional activity under conditions of today's modernized media space.

In the given article the educational disciplines that have a great potential for the formation of cross-media competence have been singled out on the basis of the analysis of the regulatory part of the curriculum for Bachelor's Degree; approximate forms of collaboration that promote the formation of cross-media competence have been suggested; the use of motivational approach to studying has been emphasized.

The organization of cross-media editorial offices in educational establishments is an important way of the formation of cross-media competence. Such an editorial office is viewed as both a productive and a creative structure that corrects the creation of a media-product for a number of transmitting channels that are a part of a media-group of an educational establishment. The editorial office will serve as a basis for technical multimedia support of the educational process, the realization of the obtained theoretical knowledge of students, and the correlation of educational process of future practitioners using modern information and communication technologies.

Key words: cross-media, cross-media competence, cross-media editorial office, skills, abilities.