

МЕДІАКУЛЬТУРА І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 378.147

Н. Р. Барабанова

Національний університет «Одеська юридична академія»

Оптимізація компонентів соціокомунікаційної компетентності в сучасних освітніх стандартах підготовки фахівців

Барабанова Н. Р. Оптимізація компонентів соціокомунікативної компетентності в сучасних освітніх стандартах підготовки фахівців. У статті досліджено специфіку розробки сучасних освітніх програм з урахуванням компетентнісного підходу. З'ясовано, що в переліку компетентностей майбутніх фахівців окрім загальних та професійних компетентностей доцільно визначати інваріантні соціокомунікаційні компетентності. Представлено огляд різних підходів до формування системи компонентів соціокомунікаційної компетентності та запропоновано власний погляд на перелік компонентів цієї системи.
Ключові слова: *освітній стандарт, соціокомунікаційна компетентність, профіль випускника ВНЗ.*

Барабанова Н. Р. Оптимизация компонентов социокоммуникативной компетентности современных образовательных стандартов подготовки специалистов. В статье исследована специфика разработки современных образовательных программ на основе компетентностного подхода. Установлено, что в перечне компетенций будущих специалистов кроме общих и профессиональных компетенций целесообразно определять инвариантные социокоммуникативные компетентности. Представлен обзор различных подходов к формированию системы компонентов социокоммуникативной компетентности и предложен собственный взгляд на перечень компонентов этой системы.
Ключевые слова: *образовательный стандарт, социокоммуникативная компетентность, профиль выпускника ВУЗа.*

Barabanova N. Optimization of components of socio-communication competence in modern educational training standards of specialists. The article explores the specifics of the development of modern educational programs, taking into account the competency approach. It has been determined that in the list of competences of future specialists, in addition to general and professional competencies, it is expedient to determine invariant socio-communicative competencies. A review of different approaches to the formation of the system of components of socio-communicative competence and the proposed own view on the list of components of this system is presented. Each university, faculty, department can develop professiograms corresponding to the acquired knowledge and skills, but in the educational standard and the passport of the specialty, that is, the documents regulating the list of competencies, it is necessary to take into account the general sections concerning invariant competences of the graduate. The author offers the approximate number of elements of socio-communicative competence that is invariant to the profile of specialist activity.
Keywords: *educational standard, socio-communication competence, profile of the graduate of the university.*

У зв'язку з прийняттям в Україні програм гуманізації та гуманітаризації вищої освіти із середини 1990-х років в межах професійної підготовки майбутнього фахівця будь-якого профілю приділяється увага не тільки його професійній, а й соціокультурній, інформаційній, соціокомунікаційній компетентностям. У змісті нових програм вузькопрофесійні знання взаємодіють із глобальними соціальними системами – наукою і культурою, – без чого неможлива повноцінна професійна адаптація фахівця.

В нових узагальнених програмах підготовки фахівців технічного, економічного, юридичного профілів активно декларуються положення про гуманітарну освіту в

загальному колі дисциплін, необхідних для підвищення конкурентоспроможності фахівців будь-якого профілю на світовому ринку ідей і можливостей. Розробники освітніх програм починають приділяти увагу формуванню у студентів різних форм суспільної свідомості – комунікативної, політичної, правової, наукової, етичної, естетичної.

На початку 2000-х років стали з'являтися дослідження, статті, проекти, пов'язані з вирішенням проблем моделювання профілю випускника з урахуванням гуманітарного складника освіти у ВНЗ негуманітарного профілю. До речі, і в класичних університетах на багатьох природничо-наукових і навіть гуманітарних факультетах переглядався набір

дисциплін, необхідних для більш ефективного розвитку соціокультурних, соціокомунікаційних, інформаційних, мовних компетентностей студентів.

У межах послідовної реалізації завдань Болонського процесу, з оперттям на Закон України «Про освіту», Державну національну програму «Освіта», Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року, а також з метою забезпечення відповідності кваліфікаційних вимог фахівця перспективам розвитку науки, техніки, економіки, культури, особистісним і суспільним потребам відбувається заміщення прийнятої раніше кваліфікаційної моделі випускника ВНЗ компетентнісною моделлю конкурентоспроможного фахівця [2].

У зв'язку з новими стандартами підготовки фахівців будь-якого напрямку виникає проблема формування соціокомунікаційної компетентності випускників ВНЗ паралельно з їх загальнопрофесійною компетенцією.

Аналіз теоретичних досліджень та практичних спостережень і пропозицій фахівців у різних державних та комерційних організаціях дозволяє більш конкретно зупинитися на тій частині загальної проблеми, яка пов'язана із оптимізацією знань, вмінь і навичок, якими повинен володіти випускник вищого навчального закладу, щоб почати свою кар'єру без необхідності переучуватися. Приділяючи увагу соціокомунікаційній компетентності майбутніх спеціалістів, ми враховували зміст освітніх програм технічних і гуманітарних учбових закладів та побажання роботодавців: представників компаній, організацій, установ.

Слід визнати, що сьогодні в Україні ще існує розрив між якістю, змістом освіти і вимогами роботодавців. Ця ситуація пояснюється тим, що традиційно список вимог до майбутніх спеціалістів складають методисти системи освіти, які, як правило, дуже далекі від реального уявлення про вимоги працедавців, від розуміння, із чим зіткнеться випускник ВНЗ в дійсності. Як результат – чіткого ланцюжка «ВНЗ – випускники – працедавці» не існує, кожна ланка живе окремо, належної взаємодії та обміну інформацією не відбувається. ВНЗ, як і раніше, готують фахівців, яких працедавцям доводиться доучувати й переучувати.

Така картина почала змінюватися в першому десятиріччі нового сторіччя. Наприклад, у 2011 р. компанія СКМ (Система Капітал Менеджмент) в рамках програми «Сучасна освіта» ініціювала проект з розробки

сучасних професійних стандартів – «Паспорт професії». Партнерами проекту виступили Міністерство освіти і науки України, Британська Рада, Конфедерація роботодавців України та аналітичний центр «БЕСТ». У 2012 р. в рамках пілотного проекту Міністерство освіти і науки України розробило 7 галузевих стандартів вищої освіти та 1 стандарт профтехосвіти. У вересні 2013 р. в інтернеті з'явилася інформація про нові освітні стандарти в українських вишах. Далі різні ВНЗ активніше підключились до розробки освітніх програм, дотримуючись компетентнісного підходу.

У межах проекту «Паспорт професії», у розробці якого на різних етапах взяли участь 23 ВНЗ, навчальні заклади спробували скоротити розрив між попитом на ринку праці та якістю професійної підготовки працівників у ВНЗ.

Із дотриманням соціального замовлення на підготовку вітчизняних фахівців європейського рівня було розроблено декілька програм з гуманітарних дисциплін, що необхідні для компетентнісного підходу до профільної орієнтації бакалаврів і магістрів (основи соціальних комунікацій, основи зв'язків із громадськістю, ораторське мистецтво). Порівняльний аналіз освітніх програм негуманітарної освіти дозволив виділити важливу частину загальної проблеми реалізації компетентнісного підходу: усі навчальні заклади по-різному визначають набори професійних та соціокомунікаційних компетенцій, не орієнтуючись на узагальнені теоретичні положення та державні документи.

Безумовно, будь-які новації в освітній сфері повинні враховувати основні положення Державного освітнього стандарту вищої професійної освіти (ДОСВПО). Цей документ являє собою перелік вимог до змісту вищої освіти:

- до основних освітніх програм,
- до процесу організації та ведення освітньої діяльності,
- до обсягу вимог, що пред'являються до підготовки фахівця з вищою професійною освітою за спеціальностями навчання,
- до загальної характеристики спеціальності,
- до обов'язкового мінімуму змісту професійної освітньої програми,
- до формованої кваліфікації та ін. [3].

Будь-які зміни і доповнення у програмах можливі тільки в межах уточнення будь-якого пункту стандарту. Але й самі стандарти

переглядаються з урахуванням сучасних європейських положень, наприклад, проекту TUNING, у якому основна увага приділяється двом різним наборам компетенцій: предметно-спеціалізованим (званим також предметно-специфічними або спеціальними компетенціями) і загальним [4].

Зміни в державних стандартах освіти доводять, що основним критерієм якості соціалізації фахівця, високим ступенем реалізації здібностей і потенціалу особистості в будь-якій сфері є сьогодні конкурентоспроможність, в основі якої бачимо професійні компетенції фахівців, що враховують і соціокомунікаційний аспект.

Говорячи про професійні знання й можливості фахівця, в першу чергу, мають на увазі його кваліфікаційні характеристики, пов'язані з конкретною спеціальністю. Однак, приводячи в дослідженнях переліки компетенцій і їх складників, автори обов'язково вказують на необхідність більш широкого компетентнісного поля для справжніх професіоналів, для тих, хто хоче просуватися по кар'єрних сходах, зростати у творчому ключі, займати лідируючі позиції в організаціях. Ціль досліджень і методичних робіт полягає в оптимізації та моделюванні структури компонентів професійної компетенції випускників ВНЗ з урахуванням соціокомунікаційної компетентності, відповідних гуманітарних знань і вмінь [1].

Завдання інтеграції знань і вмінь у програмах ВНЗ вирішується прихильниками міждисциплінарної координації. Розглядаючи цю проблему протягом 20 років роботи в технічному ВНЗ, ми щоразу зверталися до теми виділення, аналізу та організації певних компонентів гуманітарних знань, які по-різному подаються в різних навчальних курсах. Це порушує цілісність уявлень студентів про ті поняття, дії, технології, з якими вони зустрінуться в майбутній трудовій діяльності. Висновки і пропозиції стали підґрунтям для написання ряду статей і розробки навчальних програм дисциплін комунікаційно-інформаційного циклу на підставі міждисциплінарного підходу.

Завдання, що поставлено у статті, – розгляд, оптимізація та складання переліку компонентів соціокомунікаційної компетенції випускників ВНЗ на міждисциплінарній основі з урахуванням робіт вітчизняних та європейських колег [1].

Автори, які беруть участь у створенні або аналізі освітніх стандартів, пропонують різні

варіанти їх структур. Як правило, мова йде про загальноосвітній зміст навчання, який встановлює технологію проектування стандарту та роль і місце загальнопредметних, а також ключових компетенцій в структурі розроблюваного стандарту.

Психологи й філософи вважають необхідним компонентом гуманітарного циклу психологічний та соціологічний складники, формування соціально-психологічних якостей, потрібних для трудової діяльності, що забезпечують чітке бачення соціальних наслідків застосовуваних технічних і управлінських рішень. Культурологи пишуть про користь загальнокультурних знань. Історики наполягають на необхідності розширення діапазону історичних дисциплін і т.д.

Тільки в окремих стандартах підготовки студентів у технічних ВНЗ позначається гуманітарний складник, покликаний сприяти забезпеченню ціннісних орієнтирів, життєвих ідеалів. Зараз у розвитку суспільства дуже важливим стає ланцюжок «інформація – інтелект – нація», тобто у формуванні висококваліфікованого кадрового потенціалу особливого значення набуває інтелектуальний розвиток молодого фахівця, що неможливо без його всебічного розвитку, куди включається й гуманітарна підготовка.

Знайомлячись із думкою практиків, які беруть на роботу випускників ВНЗ, ми відзначили кілька важливих моментів. Визначаючи обсяг компетентностей випускників, необхідно: 1) узагальнити, якими знаннями, вміннями і навичками повинен володіти випускник того чи іншого вищого навчального закладу, щоб почати свою кар'єру без необхідності переучуватися; 2) створити компетентнісну модель, впровадження якої дозволить вирішити проблему профільної орієнтації, урахувати індивідуальні потенціали й запити суспільства. Така модель повинна будуватися для кожного профілю підготовки окремо, але обов'язково містити соціокомунікаційний аспект.

Виникає питання: які ж компоненти цієї моделі інваріантні до кожного профілю діяльності? Важаємо, ті, які, активно реалізуючись у соціально-ділових ситуаціях професійної діяльності різного профілю, мають однакову соціокомунікаційну основу. Нижче пропонується приблизний набір складників соціокомунікаційної компетентності, інваріантних до профілю діяльності фахівців.

Узагальнюючи вищесказане, можна

визначити основні моменти, які повинні враховуватися при відборі гуманітарних компонентів інтегрованої професійної компетентності випускників вітчизняних ВНЗ.

| Рівні компетентності | Зміст компетентностей |
|-----------------------------|--|
| Психолого-комунікативні | здатність до аналізу настрою партнерів у ситуаціях взаємодії |
| | вміння правильно визначити особистісні особливості та емоційний стан людей |
| | вміння розуміти емоції співрозмовників і адекватно реагувати на їх прояви |
| | вміння прогнозувати можливі наслідки власних дій |
| | здатність до реалізації лідерських якостей |
| | здатність до об'єктивної оцінки професійної діяльності компанії із соціальних позицій |
| | здатність спостерігати за колегами (співробітниками, працівниками), сприймаючи динаміку поведінки |
| Комунікативно-мовленнєві | вміння використовувати навички усної та письмової взаємодії відповідно до прийнятих соціальних, етикетних, граматичних, стилістичних норм |
| | вміння вибрати адекватну формулу мовленнєвого етикету в ситуаціях соціально-ділового спілкування |
| | здатність чітко висловлювати свої знання, думки і бажання в діловій взаємодії |
| | здатність слухати співрозмовника, отримуючи максимально корисну для справи інформацію |
| | вміння адекватно сприймати невербальну поведінку співрозмовника |
| | вміння правильно використовувати коди невербального спілкування у своїй поведінці |
| | вміння організовувати, структурувати й застосовувати графічні засоби для складання ділових текстів (у тому числі електронних повідомлень) |
| Комунікативно-організаційні | вміння моделювати ситуацію відповідно до завдань спілкування |
| | здатність розробляти стратегію корпоративної поведінки |
| | вміння орієнтуватися в професійних, соціальних, ділових ситуаціях, вибираючи й реалізуючи адекватні способи взаємодії |
| | володіти організаторськими здібностями |
| | здатність використовувати в роботі надійні передові методи управління |
| | здатність адаптуватися в новому колективі, налагоджувати контакти, знаходити своє місце в групі, вести себе відповідно процесу динаміки розвитку групи |
| | вміння правильно використовувати в роботі інформаційно-розпорядницьку базу організації і т.д. |

1. Для того, щоб студенти, які закінчують різні ВНЗ країни з однакової спеціальності, отримували однакову кваліфікацію, необхідно при розробці освітніх програм і паспорта професії враховувати оновлені вимоги державних освітніх стандартів вищої професійної освіти з урахуванням європейських стандартів.

2. Освітні стандарти повинні враховувати потреби ринку праці та особистісні потреби випускників ВНЗ.

3. У паспорті професії, що відповідає певному профілю трудової діяльності майбутнього фахівця, необхідно визначити зміст тих компетентностей, без яких він не буде конкурентоспроможним на ринку ідей і

можливостей.

4. Кожен ВНЗ, факультет, кафедра можуть розробляти професіограми, відповідні отриманим знанням і вмінням, проте в освітньому стандарті й паспорті спеціальності, тобто документах, що регулюють перелік компетентностей, необхідно враховувати загальні розділи, котрі стосуються інваріантних компетенцій випускника, професійних і соціокомунікаційних компетентностей.

5. Необхідна уніфікація системи соціокомунікаційних компетентностей випускників, яка дозволить прогнозувати більш ефективну соціально-ділову комунікацію між спеціалістами та організаціями різного рівня.

Література

1. Барабанова Н. Р. Соціально-ділова компетентність сучасного фахівця: проблеми розвитку та моделювання / Н. Р. Барабанова // Вісник ХДАК : зб. наук. пр. — Вип. 38. — Х. : ХДАК, 2012. — С. 258–268.
2. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року : Указ Президента України : від 25.06.2013 р., № 44/2013 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/15828.html>.
3. Розроблення освітніх програм : методичні рекомендації / авт. : В. М. Захарченко, В. І. Луговий, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / за ред. В. Г. Кременя. — К. : Пріоритети, 2014. — 120 с.
4. Work W. Communication education for the twenty-first century [Electronic resource] / WilliamWork // «Taylor&Francis». — Published Online : 21 May 2009. — Way of access : <http://pro-spo.ru/biblioteki-zarubezhnyx-izdaniy>.

УДК 007:304:070

Д. І. Загорулько

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Особливості впровадження гейміфікації в медіа

Загорулько Д. І. Особливості впровадження гейміфікації в медіа. У статті досліджено специфіку впровадження гейміфікації – застосування ігрових практик у неігрових контекстах – в інтернет-медіа. Автором виокремлено та всебічно розглянуто особливості, що обумовлені функціональним аспектом журналістики і відрізняють гейміфікацію у медіа від інших галузей її застосування, а саме: журналістські цілі звернення до гейміфікації, залежність від часових обмежень, орієнтація на норми професійної журналістської етики, вразливість до маніпуляцій суспільною думкою та специфіка монетизації готового продукту.

Ключові слова: *гейміфікація, інтерактивність, інтернет-медіа, медіаконтент.*

Загорулько Д. И. Особенности внедрения геймификация в медиа. В статье исследована специфика внедрения геймификации – применения игровых практик в неигровых контекстах – в интернет-медиа. Автором выделены и всесторонне рассмотрены особенности, обусловленные функциональным аспектом журналистики и отличающие геймификацию в медиа от других отраслей её применения, а именно: журналистские цели обращения к геймификации, зависимость от временных ограничений, ориентация на нормы профессиональной журналистской этики, уязвимость к манипуляции общественным мнением и специфика монетизации готового продукта.

Ключевые слова: *геймификация, интерактивность, интернет-медиа, медиаконтент.*

Zagorulko D. Features of implementation of gamification in the media. The research is dedicated to the investigation of the specific features of implementation of gamification (the phenomenon of the usage of game practices in non-game contexts) in the Internet media. The author highlighted and comprehensively examined the features, caused by the functional aspect of journalism, which distinguish gamification in the media from the other branches of its implementation. Following features have been analyzed: particular journalistic goals of the usage of gamification (explanation of the hard topics in the playful and understandable way, drawing the attention of the mass audience to unpopular socially important issues, etc.), dependence on time constraints (due to short-term relevance of the news), focusing on the norms of professional journalistic ethics (the author defends the idea that since gamified content in media is a result of journalistic activity, it must follow the standards of the professional journalism ethics), vulnerability to manipulation of public opinion and specificity of monetization of the gamified product (due to disregard by the Internet media of traditional ways of monetization of gamified content in other branches of its implementation, the author describes current methods of monetization of gamified content in the Internet media).

Keywords: *gamification, interactivity, Internet media, media content.*

Гейміфікація, впровадження ігрових практик у неігрові контексти, є одним із актуальних трендів останнього десятиліття в бізнесі, освіті, культурі, охороні здоров'я та

інших сферах людської діяльності. У відповідь на розконцентрацію читацької уваги та дедалі щільнішу конкуренцію впровадження гейміфікації відбувається і в інтернет-медіа.