



А. П. Захарченко,
канд. наук із соц. комунік.

УДК 007: 304: 004.9: 37.013.32

Специфіка викладання практичних курсів у царині нових медіа

У статті запропоновано методіку викладання дисциплін у царині мережевої журналістики та нових медіа, яка б дала змогу максимально наблизити студентів до реальних умов роботи в інтернет-ЗМІ, а також адекватно оцінювати набуття ними практичних навичок онлайн-комунікації. Ця методика полягає у створенні малими групами студентів під керівництвом викладача тематичних блогів. Упродовж навчального курсу студенти працюють над тим, щоб ці ресурси стали популярними. Методика дає чудові результати: студенти наприкінці курсу демонструють високі комунікаційні навички.

Ключові слова: інтернет-видання, проектний метод, викладання інтернет-дисциплін, відвідуваність, тематичні блоги.

Вступ. Методика викладання медійної, зокрема журналістської, майстерності дає найкращі результати в умовах, коли передбачає творчий підхід, що ставить за мету виховання у студентів навичок практичної роботи в умовах, наближених до реальних комунікативних ситуацій [1]. Водночас упродовж усього періоду незалежності України виникають нарікання на недостатню креативність та ефективність журналістської освіти в нашій державі. При чому про це говорять не лише представники молодого покоління викладачів [2], але й корифеї журналістської освіти [3], що якнайкраще свідчить про актуальність нашого дослідження.

Одним із найдоцільніших способів розкриття практичної спрямованості навчання є проектний метод, який розвинувся на початку ХХ ст. у США і швидко перетворився з метода, використовуваного у професійно-технічній освіті, на загальний метод навчання [4, с. 108]. Педагогічна енциклопедія минулого століття визначає його як «систему навчання, за якої учні здобувають знання у процесі планування і виконання практичних завдань» [5, с. 806].

Традиційно в українській журналістській освіті проектний метод використовувався у такому форматі: студенти колективно, малими групами або поодиноці робили газету, радіограму, телесюжет чи інший необхідний журналістський продукт, який від самого початку не планувалося пропонувати широкій аудиторії. Однак це не завжди давало позитивні результати, адже студентів в такому випадку зазвичай було достатньо формально виконати поставлені викладачем завдання, не дбаючи про те, як результат роботи буде сприймати реципієнт.

Додатковий імпульс для застосування проектного методу було отримано з розвитком

інформаційних технологій. У цей час, зокрема, виникла така модифікація методу, як веб-квести – спеціально розроблені освітні веб-сайти, які учні використовують для виконання певних завдань [6]. Уперше цю модель проектної діяльності представили викладачі університету Сан-Дієго (США) Б. Додж і Т. Марч 1995 р. Пізніше перший із цих дослідників навіть поставив цей напрям на комерційну основу, відкривши спеціальний сервісний сайт, що допомагає створювати веб-квести без знання технологій веб-дизайну [7].

Іншим поширеним напрямом використання проектного методу навчання у мережі Інтернет є участь у повноцінній, не модельній інтернет-комунікації з акцентом на навичках, які треба розвинути в рамках навчального курсу. Приміром, для вивчення іноземних мов студентам пропонується вести особисті блоги цими мовами. Такий підхід має низку переваг: позитивне ставлення студентів до блогів, їхня старанність у створенні сайтів, можливість читати думки та спостереження інших учасників та висловлювати свої, наявність зворотного зв'язку від студентів [8]. Під час застосування цього підходу перед викладачем постає проблема адекватного оцінювання знань студента. Зокрема, А. Кемпбел пропонує оцінювати кількість і якість постів або ж мотивувати [9]. Водночас викладач англійської мови в японському Iwate University Дж. М. Холл зазначає, що він оцінює лише кількість постів у блогах та коментарів під ними для того, щоб студенти могли вільно спілкуватися, а не перетворювати свої блоги на показові тексти з англійської без живого змісту.

У сучасній журналістській освіті застосовувалися достатньо ефективні методики практичної освіти з інтернет-комунікацій, не пов'язані з



проектним методом. Зокрема, О. Довженко з Українського католицького університету співпрацював з виданням *Zahid.net*, яке давало студентам можливість виконувати репортерську роботу [10]. Однак це забезпечує набуття лише частини навичок, необхідних студентам для роботи в мережі.

Нашою метою була розробка методики викладання практичних дисциплін, які дають навички комунікації в мережі Інтернет, створення контенту для інтернет-видань та їх просування, а також методики оцінювання студентських робіт.

Об'єктом цього дослідження стали проектні методики викладання, які застосовуються у вищих навчальних закладах. *Предметом* – особливості застосування таких методик для викладання студентам спеціальностей «Журналістика» і «Видавнича справа та редагування» практичних дисциплін, пов'язаних з інтернет-виданнями.

Методи дослідження. Використано такі методи дослідження: критичний аналіз певної літератури, педагогічний експеримент, спостереження й аналіз перебігу уроків.

Результати й обговорення. Як показала наша практична робота в Інституті журналістики у рамках викладання курсу «Електронні видання. Підтримка сайту» (2011–2014 рр.), блоги можна використовувати і для навчання журналістів за програмою курсів, пов'язаних з інтернет-комунікацією. Проте в цьому випадку варто враховувати деякі особливості, які було визначено в процесі викладання дисципліни.

Спершу ми спробували для відпрацювання навичок інтернет-комунікації запустити повноцінний інформаційний інтернет-ресурс, який би висвітлював теми, актуальні для широкої аудиторії. Адже ми бачили, що раніше розроблені студентами вузькотематичні сайти з життя університету або Інституту журналістики, не були достатньо відвідуваними через те, що містили мало цікавої інформації. У ВНЗ фактично не відбувалися актуальні події, які були б для аудиторії цікавішими за їхнє звичне інформаційне тло.

Проте й намагання створити суспільно-політичний ресурс не виправдало себе через дві причини. *По-перше*, такі проекти потребують активного і регулярного оновлення інформаційного наповнення, а розклад дисципліни «Електронні видання» передбачає лише три пари поспіль один день на тиждень. Спроби встановити чергування для того, щоб студенти наповнювали ресурс у години, відведені для самостійної роботи, також були недостатньо ефективними: зокрема, через безвідповідальне ставлення окремих студентів до навчального процесу. Отже, суспільно-політичний інформаційний

ресурс, який часом не поновлювався кілька днів поспіль, не мав шансу стати дійсно популярним.

По-друге, ресурси такого рівня аудиторія може сприймати серйозно лише за умови, якщо над їх створенням ретельно працювали професійні програмісти та веб-дизайнери. Розробити такий портал в умовах навчального процесу виявилось неможливим.

Через усі ці причини ми надали перевагу іншому виду комунікаційної діяльності в мережі – тематичним блогам. Студенти розподілилися на малі групи – по 2–3 особи, завданням яких було створення концепції суб'єктивного інтернет-ресурсу, який би не претендував на професійність та всебічність висвітлення якогось тем, проте мав якнайвищу відвідуваність завдяки професійному використанню комунікативних прийомів.

Найпершим кроком у разі обрання такого підходу ставав вибір концепції майбутнього ресурсу. Студенти готували свої пропозиції й обговорювали їх на перших заняттях з викладачем та рештою навчальної групи, вислуховували зауваження. Вони не обмежувалися у виборі тем для своїх блогів. Деякі серед них були інформативними, як, наприклад, сайт «BusinessIdea'тизм», що містив інформацію про нестандартні підприємницькі концепції. Інші – мистецькі, такі як дуже відвідуваний сайт «Арткодло ТБ», що публікував сучасну жіночу лірику. Були й суто розважальні ресурси, зокрема блог «Історії до кави / Історії під горілку», і навіть підкреслено несерйозні, як «WC blog», де розміщувалися репортажі з різних туалетів України. Однак головним критерієм для високої оцінки була наявність у запропонованій концепції суттєвої потенційної аудиторії, а також можливість регулярно продукувати інформацію для того, щоб цей ресурс залишався динамічним. Студенти також не створювали сервісні сайти на зразок інтернет-магазинів, оскільки їх успішність суттєво залежить не лише від комунікативної, але й від маркетингової активності адміністрації сайту. Також вони потребують значно більше технічних навичок, ніж ті, які мають студенти Інституту журналістики.

Після того, як концепцію сайту узгоджено з викладачем, групи переходять до створення сайту. Студенти четвертого курсу спеціальності «Видавнича справа та редагування», яким викладається дисципліна «Підтримка сайту», вже мають навички створення динамічних інтернет-видань, оскільки у попередні роки слухали курс «Веб-дизайн та html-програмування», що, зокрема, дає навички роботи з CMS Joomla та Wordpress. Однак навіть менш підготовлені студенти інших ВНЗ могли б створити видання



такого типу, користуючись сервісом Blogspot.com. Він є набагато простішим у користуванні, і навички роботи з ним можна здобути безпосередньо під час створення сайту, водночас можливості, які він дає, не набагато поступаються функціям вищезгаданих CMS. Водночас більш популярний в Україні блог-сервіс Livejournal.com не може бути застосований у цьому курсі, оскільки у ньому не можна розмістити лічильник Googleanalytics. А саме він є важливим інструментом оцінювання роботи студентів.

порційний тому, як співвідноситься відвідуваність їхнього проекту з показником відвідуваності найбільш і найменш успішних сайтів. Відповідно, між проектами розпочинається своєрідне змагання, яке, проте, ще жодного разу не перейшло у ворожнечу: навпаки, студенти радо допомагають одне одному порадами.

Для того, щоб «підтягнути» до вищого балу ті проекти, які не стали ані найкращими, ані найгіршими, можна для обрахунку балів використати не саму відвідуваність, а її логарифм.

Таблиця 1.

Бали, отримані групою студентів спеціальності «Видавнича справа та редагування» спеціалізації «Електронні видання» (без вказання їхніх прізвищ) під час курсу «Підтримка сайту» у 2013–2014 н. р.

Проект	Роботи				Презентація	Відвідуваність (унікальних користувачів)	Бали за відвідуваність	РАЗОМ
	Специфіка інтернет-видань	Жанри в інтернеті	Аудиторія інтернет-видань	Пошукова оптимізація				
Лого-битва	10	10	10	6	20	1023	40	96
Жіноча наука	10	10	8	10	20	687	28	86
Жіноча наука	10	8	10	8	20	687	28	84
Непоради	10	10	10	10	20	278	2	62
Непоради	10	10	10	10	20	278	2	62
Лого-битва	10	10	10		20	1023	40	90
Як дожити до сесії?	10	10	10	10	20	259	0	60
Історії до кави/історії під горілку	3	5	10	3	20	538	21	62
Як дожити до сесії?	10	10	10	10	20	259	0	60
Історії до кави/історії під горілку	6	8	10	10	20	538	21	90

Головною особливістю нашої методики є те, що основним показником для оцінювання успішності роботи над блогом є його відвідуваність. Усі інші критерії певною мірою є суб'єктивними, в той час як висока відвідуваність однозначно свідчить про досягнений студентами успіх. Її підрахунок для оцінювання має провадитися за один і той самий період, наприклад, за останній місяць перед іспитом або за весь час існування проекту. Порівняння показників відвідуваності різних сайтів є коректним, коли у всіх із них використовується один і той самий лічильник. Наразі найбільш популярним та функціональним є лічильник Googleanalytics. До уваги береться саме кількість унікальних користувачів.

Відповідно до нашої методики використовується рейтингова шкала оцінювання. Адміністратори сайту, який набрав найменшу кількість відвідувань за звітний період, отримують нуль балів. Водночас студенти, що створили найуспішніший сайт, отримують по 40 балів. Усім іншим редакціям зараховується бал, про-

Тоді формула обрахунку балів має такий вигляд:

$$\text{Кількість балів} = 40 * (\ln W - \ln W_{\min}) / (\ln W_{\max} - \ln W_{\min}),$$

де: W – відвідуваність оцінюваного сайту; W_{max} – відвідуваність найбільш успішного сайту; W_{min} – відвідуваність найменш успішного.

Звісно, відвідуваність можна підвищити технічними засобами, тому викладач має ретельно перевірити дані статистики для того, щоб виявити це. Якщо відвідуваність українськомовного сайту походить переважно з якоїсь іноземної країни, це пряма ознака того, що студенти використали генератор трафіку. Треба також проаналізувати джерела трафіку: зазвичай основними джерелами є пошукові системи, соціальні мережі та поштові сервіси, інколи – сайти-партнери студентських проектів. Невідомі сайти, які генерують велику частину трафіку проекту, слід перевірити: чи не є вони генераторами віртуального трафіку. Оскільки студенти були попереджені про такі перевірки, то жоден із них не скористався описаними техніч-



ними засобами. Натомість деякі студенти використали розсилку листів своїм друзям з проханням відвідати сайт. Цей прийом не є «забороненим», хоча чесним його назвати теж важко. Однак досвід свідчить, що реальна робота над контентом сайту і взаємодія з потенційною аудиторією забезпечують набагато більше унікальних відвідувань, аніж благання про допомогу. Решту балів студенти мають можливість отримати, виконуючи практичні завдання, які їм даються на початку семестру, коли їхні сайти іще тільки перебувають на стадії розробки. Кожне з чотирьох завдань оцінюється у 10 балів, і вони передбачають набуття студентами навичок, необхідних для подальшої роботи над їхнім проектом. У нашому випадку темами завдань були: «Специфіка інтернет-комунікації», «Жанри в інтернеті», «Аудиторія інтернет-видань» та «Пошукова оптимізація».

Після запуску проектів студенти продовжують слухати лекції з тематики курсу, які мають допомогти їм якісніше комунікувати з аудиторією. Окрім того, окремий час виділяється для консультацій з викладачем, який дає поради щодо розвитку студентських ресурсів, висловлює зауваження до контенту.

На кілька останніх пар студенти готують презентації своїх проектів, аналогічні тим, які б вони готували для потенційних інвесторів та рекламодавців своїх порталів. Презентації здійснюються перед викладачем і групою та оцінюються за такими критеріями:

- оригінальна концепція презентації;
- наявність інформації про концепцію видання;
- наявність відомостей про аудиторію видання;
- наявність інформації про конкурентні переваги видання.

Максимальний бал, який студент може отримати за презентацію, – 20 балів. Приклад розподілу балів наведено у таблиці (див. Табл. 1).

Відвідуваність у цьому разі оцінювалася за останні три тижні роботи сайту перед іспитом. Як бачимо, відвідуваність найбільш і найменш успішного сайтів відрізняється у чотири рази. Звісно, 1023 унікальних відвідувачі за три тижні – невеликий показник для великих інформаційних ресурсів, та для навчальних блогів, які існують лише четвертий місяць, – цілком гідний результат.

Частина із цих блогів припинили поновлюватися одразу після іспиту, однак дехто зі студентів продовжив роботу над ними, і зараз вони мають шанси перетворитися на прибуткові ресурси.

Висновки. Отже, ми описали метод викладання інтернет-дисциплін, що покликаний навчити студентів успішної інтернет-комуніка-

ції. Його суть полягає в розробці малими групами студентів тематичних блогів, а основний показник для їх оцінювання – відвідуваність цих мережевих ресурсів. Переваги пропонованого підходу полягають в об'єктивності оцінювання та ефективному набутті студентами навичок роботи з реальною інтернет-аудиторією. Розроблено також методи протидії фальсифікаціям відвідуваності власних ресурсів. У шкалі оцінювання враховано важливий принцип проектного методу: зважати не лише на результат, а й на поточну роботу. Відповідно, частина балів нараховуються за виконання практичних завдань упродовж семестру. У студентів формується орієнтація на створення ефективних, комерційно привабливих та відвідуваних ресурсів, а не бутафорських видань, які розробляються лише для формального виконання навчального процесу. Зокрема, з цією метою передбачено створення студентами презентації власного проекту, призначеної для потенційних інвесторів та рекламодавців. Конкуренція в навчальному процесі також сприяє призвичаєнню студентів до реального комунікаційного середовища, при тому, що жодного разу впродовж навчального процесу не було застосовано нечесні або дискримінаційні методи конкуренції.

У подальших дослідженнях використання проектного методу під час викладання дисциплін, пов'язаних з онлайн-комунікацією, варто зосередитися на методах стимулювання студентів до продовження підтримки власних блогів після закінчення навчального курсу, залучення до цього процесу менеджерів з реклами і перетворення їх на успішні комерційні проекти. Також варто розробити рекомендації щодо обов'язкового застосування у роботі інтернет-ресурсів усіх знань, які студенти отримують під час навчального курсу, адже у частині проектів висока відвідуваність досягається доволі простими методами.

1. *Методика* викладання історико-журналістських дисциплін і професійні потреби : матеріали наук. конф. "Журналістика 2008: українське журналістознавство, освіта, термінологія і стандарти", Київ, 17–18 квітня 2008 р. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики.– К., 2008.– 100 с.

2. *Викладач* Павло Салига про народження практиків [Електронний ресурс] // Bigidea: велика ідея. – 2012. – 11 листоп. – URL: <http://bigggidea.com/practices/1213/>.

3. *Михайлин І.* Досвід викладання основ журналістики в середній школі / І. Л. Михайлин // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 9.

4. *Нагач М.* Використання методу проектів на семінарських заняттях з країнознавства / М. В. Нагач // Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя. – 2012. – № 6. – С. 108–113.



5. *Педагогическая энциклопедия* / ред. И. А. Каи-ров, Ф. Н. Петров. – М. : Сов. энциклопедия, 1965.

6. *Быховский Я. С.* Образовательные веб-квесты [Электронный ресурс] / Я. С. Быховский // Информационные технологии в образовании: Конгресс конференций. – URL: <http://ito.edu.ru/1999/III/1/30015.html>.

7. *QuestGarden: where great Web Quest grow* [Электронный ресурс]. – URL: <http://questgarden.com>.

8. *Hall J. M.* A story of us in gweblogs in English teacher training [Электронный ресурс] / James M. Hall // JALT2005 Conference Proceedings. – 2006. – P. 723–734. – URL: <http://jalt-publications.org/archive/proceedings/2005/E040.pdf>.

9. *Campbell A.* Classroom Blogging: two fundamental approaches [Электронный ресурс] / Aaron Campbell. – Режим доступа : <http://blog.daum.net/platojin/13740584>.

10. *Довженко О.* Як писати новини [Электронный ресурс] – URL: <http://www.slideshare.net/ssusera8b43f/ss-12850556>.

Подано до редакції 08. 04. 2014 р.

Zakharchenko Artem. Specificity of teaching of practical courses in the field of new media.

The paper proposes a method of teaching of the subjects in the field of network journalism and new media, which would allow to bring the students to the real working conditions in online media, as well as to assess adequately their acquisition of practical skills in online communication. This methodology is aimed at creation of the themed blogs by the small groups of students under the guidance of a teacher. During the academic year the students will work hard to make these resources become popular. The methodology gives excellent results: the students demonstrate high communication skills at the end of the course.

Keywords: online edition, project method, teaching of online courses, attendance, thematic blogs.

Захарченко А. П. Специфика преподавания практических курсов в области новых медиа.

В статье предложена методика преподавания дисциплин в области сетевой журналистики и новых медиа, которая бы позволила максимально приблизить студентов к реальным условиям работы в интернет-СМИ, а также адекватно оценивать приобретение ими практических навыков онлайн-коммуникации. Полученная методика заключается в создании малыми группами студентов под руководством преподавателя тематических блогов. В течение учебного курса студенты работают над тем, чтобы эти ресурсы стали популярными. Методика дает превосходные результаты: студенты в конце курса демонстрируют высокие коммуникационные навыки.

Ключевые слова: интернет-издание, проектный метод, преподавание интернет-дисциплин, посещаемость, тематические блоги.