

УДК 378.091.31.016:070]:004.77

## СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В ТЕОРІЇ І ПРАКТИЦІ ВИКЛАДАННЯ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВЧИХ ДИСЦИПЛІН

Лілія Шутяк

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,  
вул. Коцюбинського, 2, 58000, Чернівці, Україна  
e-mail: [shutiak86@gmail.com](mailto:shutiak86@gmail.com)

Закцентовано увагу на актуальності соціальних мереж у процесі викладання журналістичнознавчих дисциплін та ролі онлайн-комунікації між викладачем і студентами в навчальному процесі.

*Ключові слова:* соціальні мережі, інтернет-журналістика, комунікація, Інтернет.

Наприкінці 90-х років минулого століття в широкому обігу з'явилась думка, достеменно походження якої невідоме, але припускають, що її автором був засновник і голова ради директорів корпорації Microsoft Біл Гейтс: «Якщо вас немає в Інтернеті, значить вас не існує». Сьогодні, зі стрімким розвитком онлайн-комунікацій, вона знаходиться на піку актуальності. Присутність користувачів у мережі досягла настільки високого рівня, що нині при знайомстві люди більше не запитують номери телефонів чи навіть електронну пошту, а відразу додають один одного в друзі у Facebook, фолловлять в Instagram і Twitter. Кожна компанія вважає за необхідне мати сторінку в соціальних мережах, а краще – в кількох найпопулярніших. Нині це стало важливим компонентом ведення будь-якого бізнесу.

Аналогічну ситуацію спостерігаємо й у навчальному процесі. Аудиторія 17+ в Україні – це активні користувачі соціальних мереж, які більшу частину свого часу проводять в інтернет-просторі. Тож для реалізації ефективної комунікації зі студентами викладачеві слід використовувати всі наявні новітні технології, що, сприятимуть досягненню позитивних результатів у викладанні навчальних дисциплін. **Мета статті** – проаналізувати доцільність використання соціальних мереж Facebook, Instagram і Telegram та можливості, які вони забезпечують у навчальному процесі, а саме – викладанні журналістичнознавчих дисциплін («Новітні медіа», «Організація роботи віртуальної редакції», «Жанри в Інтернеті»).

Незважаючи на доволі новітній характер окресленої проблематики, дослідження впливу соціальних мереж на роботу викладачів ВНЗ та вчителів у школі ставали предметом дослідження багатьох українських науковців. Серед них – Н. Шулська, Н. Матвійчук, Д. Бодненко, О. Пінчук, К. Балабанова, Є. Вакарєв, А.Клименко, О. Тишкова. Важливим у цьому випадку є і зарубіжний досвід – Ю. Дюлічева, Н. Барнс, А. Лескаульт, Д. Марціал та ін. Більшість вітчизняних дослідників розглядали згадану тему в загальному, не вдаючись до детального аналізу показових при-

кладів із власної викладацької практики (винятком є поодинокі статті, наприклад, Н. Шульської та Н. Матвійчук, де досліджено вплив російської мережі «Вконтакте» на викладання дисципліни «Редакторська майстерність», чи Д. Бодненко, який аналізує роль Facebook у навчанні майбутніх журналістів). Але загалом подібних прикладів комплексних розвідок впливу соціальних мереж на викладання журналістикознавчих дисциплін недостатньо. У цьому і є **новизна** нашого дослідження, що передбачає реалізацію таких **завдань**: 1) розглянути широкоживані серед сучасних студентів соціальні мережі в контексті оптимізації навчального процесу та викладання журналістикознавчих дисциплін; 2) виокремити можливості, які вони надають у покращенні комунікації між викладачем ВНЗ і студентом; 3) запропонувати власні напрацювання щодо налагодження ефективного спілкування й створення належного іміджу працівника вузу в інтернет-просторі.

Епоха сучасних соцмереж почалася у 1995 році, коли в США з'явився сайт Classmates.com. Він дозволяв користувачам відшукати своїх однокласників і старих друзів. Уже в 1997-му нью-йоркська компанія sixdegrees.com підхопила ініціативу і продемонструвала людству небачений досі сервіс, «в основі якого були справжні імена користувачів» [4, с. 89]. Назва проекту походить від ідеї, що усі люди можуть бути поєднані «складною схемою контактів, яка починається з ваших близьких друзів, тягнеться на наступний рівень – «друзів друзів» – і так аж до шостого рівня» [4, с. 90]. Суттєвим недоліком цієї мережі стала неможливість завантажувати фото. Засновник sixdegrees Ендрю Вайнрайх навіть подумував про те, щоб «просити користувачів надсилати свої фотографії в офіс, а стажери потім сканували б їх і додавали на сайт» [4, с. 91]. Незважаючи на велику кількість зареєстрованих користувачів (станом на 1999 р. 3,5 млн), ця мережа не приносила прибутку, через що її довелось закрити.

У 2004 році Марк Цукерберг створив одну із найпопулярніших у сучасному світі мереж – Facebook. Функціонал сайту дозволяє користувачам створювати анкети з фото, списки особистих інтересів, контактну та іншу особисту інформацію. Фейсбуківці можуть спілкуватися з друзями та іншими користувачами за допомогою приватних або публічних повідомлень і чату. Вони також можуть створювати і вступати в групи та сторінки за інтересами. Останні часто застосовуються як ефективний спосіб реклами. У роботі працівників ЗМІ Facebook використовується у двох напрямках: «для збору інформації чи для її розповсюдження» [3, с. 30]. Обидва з них стають пріоритетними й у навчальному процесі майбутніх журналістів.

З часу свого існування аудиторія Facebook постійно зростає. Так, в Україні особливе збільшення спостерігається з травня 2017 року, коли було запроваджено указ про блокування російських сайтів. Відразу після цього «відвідуваність українцями Facebook зросла майже на 40%» [2] і сьогодні «кількість повнолітніх українських користувачів соцмережі становить 12 мільйонів чоловік» [9].

За останні кілька років великою популярністю користується соцмережа Instagram. Її щомісячна аудиторія «сягнула 700 мільйонів користувачів» [12]. До головних причин стрімкого зростання останньої експерти зараховують: прямі трансляції, розвиток розділу з публікаціями Stories та можливість видаляти підписників і вимикати коментарі. Оскільки ця мережа активно експериментує з перспективами контенту, регулярно додаючи нові способи поширення інформації, то майбутнім журналістам ця платформа буде корисною для публікації фото, відео чи Stories, пов'я-

заних як із особистим життям, так і навчальним процесом. На відміну від Facebook і Telegram (та інших месенджерів), Instagram є більш «приватною» мережею, яка не передбачає обмін великими об'ємами текстової інформації, хоча натомість дозволяє докладно передати атмосферу будь-якої події шляхом візуалізації, яка своєю чергою відіграє першочергове значення у сучасній журналістиці.

Важливу роль у навчальному процесі мають месенджери (програми миттєвого обміну повідомленнями – Skype, Viber, WhatsApp). Із закриттям «Вконтакте» та неможливістю використовувати його чат українська аудиторія 17+ масово перейшла в Telegram. Цей ресурс з'явився у 2013 році й активно набирає популярності сьогодні. Через зручність інтерфейсу та легкість у використанні його часто називають найшвидшим месенджером. До переваг Telegram, які можна використовувати в роботі викладача, зараховують:

- 1) «швидко передачу будь-яких файлів у будь-якій кількості до 1,5 Гб, що вирішує питання відправки файлів з комп'ютера на телефон і назад;
- 2) відправку будь-якої кількості фото за раз (Viber передає до 10 штук, WhatsApp – до 30);
- 3) вибір якості відео при відправленні – зі зменшенням розміру або в оригінальній якості, без стиснення;
- 4) миттєвий пошук файлів чату. Є #хештеги, якими можна позначати повідомлення, щоб потім швидко знаходити їх» [6];
- 5) створення різноманітних спільнот, оперативної комунікації з їхніми учасниками та передачу файлів, які, відповідно, можна завантажувати як на мобільний телефон, так і ПК:

- «групи – закриті чати з кількістю учасників до 200 осіб. Для нового учасника можна задати кількість попередніх повідомлень, які він зможе прочитати. У групі зберігається приватність всіх учасників (номерів не видно);
- супергрупи – чати до 5000 осіб. Відрізняються від груп можливістю видалення користувачем своїх повідомлень і файлів, а також доступу до попередніх повідомлень людині, яка щойно вступила;
- тематичні канали – не мають обмежень за кількістю користувачів, на відміну від груп, які ведуть мовлення в односторонньому порядку, за принципом ЗМІ. Створюються для широкої публіки й потребують постійного оновлення. Повідомлення відправляють адміністратори каналу, а отримують їх усі підписники. У кожного каналу є посилання типу [telegram.me/Ім'яКаналу](https://t.me/Ім'яКаналу), яким можна поділитися» [6].

Під час викладання дисциплін «Новітні медіа», «Організація роботи віртуальної редакції» та «Жанри в Інтернеті» подібні групи у Telegram активно використовуються на практиці. Також добре працюють тематичні канали, в яких студенти можуть знайти актуальну інформацію щодо будь-яких тем, пов'язаних із журналістикою. Щоправда, наразі ми не користуємося цим способом комунікації, хоча маємо своєрідний більш поширений аналог – групу в Facebook <https://www.facebook.com/groups/225892997425665>.

Загалом використання соціальних мереж у навчальній діяльності має багато переваг, а саме: «звичне середовище; усі учасники мережі створюють мережевий навчальний контент; можливість спільної роботи; наявність форуму, «стіни», чату;

кожен учень-учасник може створити свій блог; можливість простежувати активність учасників [1, с. 136]. Розглянемо деякі з них детальніше:

1. Отримання відомостей про розклад занять, навчання, завдання, результати оцінювання та ін.

2. Робота з документами – чати/групи у Facebook і Telegram – оптимальна можливість закачувати, зберігати і поширювати великі об'єми інформації (серед іншого – фото і відео, які журналіст має змогу відразу ж оприлюднити, а викладач – передати студентам без додаткових засобів, на кшталт флешок).

3. Відеозв'язок – дозволяє викладати та обмінюватися зі студентами лекціями, а також давати консультації в онлайн-режимі.

4. Доступність і легкість у використанні, велика залученість студентів та викладачів у соціальні мережі.

5. Пошук та аналіз інформації, що є одним із головних завдань журналіста та висуває додаткові вимоги до викладача, змушуючи його регулярно моніторити Інтернет на предмет виявлення нових матеріалів для навчання.

6. Викладачі стають доступнішими для студентів, які можуть поставити питання й оперативно отримати відповідь, що значно пришвидшує й покращує процес навчання.

7. Дають можливість розкритися тим студентам, які відчувають певний страх чи дискомфорт, виступаючи на публіці.

8. Контроль виконання завдань та повідомлення студентів про дедлайн.

9. Голосування за кращі проекти (у рамках курсу «Новітні медіа» студенти створюють власний блог на платформі Wordpress і популяризують свої статті через Facebook, а також роблять опитування для визначення кращих матеріалів, що є ефективним способом розвитку в них здорової конкуренції).

З метою створення позитивного іміджу викладача та ВНЗ, в якому він/вона працює, останньому слід дотримуватися основних морально-етичних правил ведення своєї сторінки та комунікації зі студентами в соціальних мережах. Серед них:

1. Регулярно ділитися інформацією стосовно корисних статей, досліджень, конкурсів та можливостей для студентів-журналістів, у такий спосіб зацікавлюючи останніх і стимулюючи їх навчатися і поза університетською програмою.

2. Спілкуватися зі студентами на рівних, але при цьому зберігати дистанцію. Соціальні мережі зближують людей, стираючи бар'єри комунікації. Тому викладачеві слід бути обережним, щоб не дозволити студентам надто вільного спілкування, що, зрештою, вплине і на ставлення до нього в реальному світі.

3. Припиняти будь-які дискусії, що не стосуються визначеної теми та можуть містити наклепи й образи в бік інших студентів чи колег.

4. Викладачеві потрібно уважно поставитися до налаштувань приватності акантів та не додавати «у друзі» незнайомих осіб.

5. Сторінка викладача в соцмережах – це його обличчя. Тому варто стежити за оприлюдненим тут контентом, завжди пам'ятаючи, що його читають студенти.

Важливість будь-якої соціальної мережі полягає в організації комунікацій між людьми, змозі задовольнити їхні базові соціальні потреби, налагодженні взаємовідносин з друзями, рідними і близькими. Соціальні мережі допомагають не просто відпочити і згаяти час, але й поширити інформацію, знайти необхідні контакти, створити бренд певного товару чи корпорації, отримати соціальну вигоду, та пере-

дусім – вони мають великий освітній потенціал, який наразі перебуває на етапі вивчення.

У контексті освітньо-виховного процесу у ВНЗ соціальні мережі забезпечують можливість додаткового консультування, неформальність, доступність, одночасність спілкування з кількома десятками й сотнями людей тощо. Як наслідок – суттєве пришвидшення поширення інформації та постійний контроль за виконанням завдань, що дозволяє налагодити оптимальну співпрацю між викладачем і студентом у навчальному закладі. Особливо важливе значення мають соціальні мережі при викладанні журналістикознавчих дисциплін, оскільки сама професія стрімко змінюється, не в останню чергу завдяки соцмережам. А це потребує від викладачів розуміння специфіки та максимально ефективною роботи на різних онлайн-платформах.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанова К. Є. Використання соціальних мереж у професійній діяльності викладача ВНЗ / К. Є. Балабанова, Є. С. Вакарев // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Педагогіка. – 2013. – № 3. – С. 134–139.
2. Блокування сайтів: відвідуваність Facebook стрімко зросла. – Доступно з : <https://goo.gl/w063PF>. – 15.11.17.
3. Бодненко Д. М. Використання соціальної мережі Facebook для навчання майбутніх журналістів / Д. М. Бодненко, Д. О. Ященко, Я. О. Борщ // Науковий вісник інноваційних технологій. – 2012. – № 1. – С. 29–35.
4. Кіркпатрік Д. Ефект Facebook. Внутрішня історія компанії, що об'єднує світ / Девід Кіркпатрік. – К. : Темпора, 2013. – 488 с.
5. Клименко А. Педагогічний зміст роботи сучасного викладача у соціальних мережах Інтернету // Наукові записки [Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова]. Сер. : Педагогічні та історичні науки. – 2012. – Вип. 107. – С. 87–92.
6. Можливості Telegram: Яким повинен бути найзручніший месенджер. – Доступно з : <https://ua.112.ua/statji/mozhlyvosti-telegram-yakym-povynen-buty-naizruchnishiy-messendzher-390819.html>. – 15.11.17.
7. Пінчук О. П. Історико-аналітичний огляд розвитку соціальних мережних технологій та перспектив їх використання у навчанні / О. П. Пінчук // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2015. – № 4 (48). – С. 14–34.
8. Тишкова О. В. Соціальні мережі як виклик сучасності в освітньому середовищі / О. В. Тишкова // Вісник Інституту розвитку дитини. Вип. 34. Серія: Філософія, педагогіка, психологія : зб. наук. праць. – К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. – С. 63–72.
9. Тусовочка. Кількість повнолітніх українських користувачів Facebook досягла 12 млн. – Доступно з : <http://nv.ua/ukr/techno/it-industry/facebook-2168410.html>. – 15.11.17.
10. Шульська Н. Соціальні мережі як ефективне середовище викладацько-студентської комунікації в навчальному процесі / Н. Шульська, Н. Матвійчук // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2017. – Т. 58. – № 2. – С. 155–168.

11. Яким має бути профіль вчителя у соціальній мережі? – Доступно з : <http://www.prosvitcenter.org/uk/yakym-maye-butu-profil-vchytelya-u-sotsialnij-merezhi/>. – 15.11.17.
12. Josh Constine. Instagram's growth speeds up as it hits 700 million users. – Доступно з : <https://techcrunch.com/2017/04/26/instagram-700-million-users/>. – 15.11.17.

## **SOCIAL NETWORKS IN THEORY AND PRACTICE OF TEACHING JOURNALISTIC DISCIPLINES**

**Lilia Shutiak**

*Yurii Fedkovych Chernivtsi National University  
Kotsjubynskiyi Str. 2, 58012, Chernivtsi, Ukraine  
e-mail: [shutiak86@gmail.com](mailto:shutiak86@gmail.com)*

The article focuses on the relevance of social networks in the teaching of journalism disciplines and the role of online communication between the teacher and students in the learning process.

The importance of any social network is to organize communication between people, to meet their basic social needs and establish relationships with friends and relatives. Social networks help not just relax and waste time, but also spread the information, find the right contacts, create a brand of a particular product or corporation, get social benefits, and above all – they have a great educational potential that is currently in the study stage.

In the context of the educational process in higher education institutions, social networks provide the opportunity for additional counseling, informality, accessibility, simultaneous communication with several dozens and hundreds of people, and so on. As a result, there is a significant acceleration of the dissemination of information and constant control over the implementation of tasks, which allows optimal cooperation between the teacher and the student in an educational institution. Of particular importance are social networks in teaching journalism disciplines, since the profession itself is changing rapidly, not least due to social networks. And this requires teachers to understand the specifics and maximize the efficiency of work on various online platforms.

*Key words:* social networks, Internet journalism, communication, Internet.