

термін успішно й досягає поставленої мети. Тож студенту необхідно навчитися використовувати універсальні знання й методи управління проектами для того, щоб мати змогу вирішувати такі завдання: формулювати цілі та мету діяльності медіапроєкту; обґрунтовувати його актуальність та практичну значущість; структурувати процеси (виокремити підцілі, підпроцеси, субпроцеси, етапи тощо); визначати фінансові потреби та джерела фінансування; шукати виконавців; готувати й укладати контракти; розраховувати бюджет; визначати терміни виконання та розробляти графіки реалізації; контролювати процес виконання і контролювати план його виконання; управляти ризиками проєктної діяльності.

Саме на набуття таких навичок спрямовані завдання з проєктної діяльності у професійно орієнтованих курсах. Повна ж реалізація набутих компетенцій відбувається під час підготовки кваліфікаційної роботи у вигляді власного проєкту. Таким чином, застосування проєктного підходу в підготовці фахівців за спеціальністю «Журналістика» дозволяє їм бути максимально підготовленими до професійної діяльності в сучасному соціокомунікаційному середовищі.

В. Ревенко

ВИКЛАДАННЯ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ — БАЛАНСУВАННЯ МІЖ ТЕОРІЄЮ І ПРАКТИКОЮ

V. Revenko

TEACHING NEWS JOURNALISM — BALANCING BETWEEN THEORY AND PRACTICE

Новинна журналістика, в основі якої є факти, а не коментарі, нині визначальна в сучасних медіа. Основна претензія головних редакторів видань до випускників відділень журналістики закладів вищої освіти полягає в тому, що вони, з хорошою теоретичною підготовкою, часто не можуть написати новину. І проходить певний час, поки вже в умовах редакції вони почнуть більш-менш професійно працювати. А наскільки «легко» писати в короткому жанрі, знають кореспонденти світових інформаційних агенцій, де й сформувалися основні стандарти підготовки інформаційного повідомлення.

Тому формування у студентів фахових компетенцій здатності створювати інформаційний контент виходить на перший план. Це потребує нових підходів. У навчальний план кафедри журналістики Харківської державної академії культури вже на другому курсі введено предмет «Агенційна журналістика та методика інформаційної роботи журналіста». Викладач, який сам багато років працював в інформаційному агентстві та відділах інформації газет та телебачення, намагається в години, які відведені під практику, організувати роботу студентів максимально наближеною до реальних умов редакційного життя.

Все починається з планування інформаційного тижня. Ділова гра схожа на планерку в редакції. Кожен студент виконує роль репортера. Він повинен самостійно знайти подію, яка стане основою інформаційного повідомлення. Спочатку, для презентації своєї новини, пише перший абзац у кілька речень (на професійному сленгу — лід). Вже в першому абзаці ми повинні зрозуміти, в чому новина, який інформаційний привід, важливість повідомлення, як подія вплине на життя великої групи людей.

Після колективного обговорення й затвердження теми студент починає працювати над текстом за стандартами агенційної журналістики — новина починається із найважливішого, потім посилання на джерела, далі весь андеграуд й узагальнення.

Апробована нами ділова гра може проводитися як в аудиторії, так і онлайн, що особливо важливо в сучасних умовах. Вона активізує студентів, підвищує їх інтерес до практичної журналістики, є ефективним засобом набуття фахових компетенцій.

Досвід показує, що найскладнішим для студентів є самостійний пошук інформації, з якої можна зробити новину. Гідними друку їм здаються лише повідомлення під умовною рубрикою «надзвичайна подія». Тому важливо показати студентам місця, де можуть «народжуватись» важливі для суспільства новини. Викладач доводить, що шукати їх треба не в інформаційних стрічках для передруку, а вчитися самостійно працювати з джерелами: офіційними сайтами державних органів, громадських організацій, пресрелізами установ різних форм власності, доповідями публічних осіб тощо. Постійно моніторити інформаційний простір — шукати, збирати, систематизувати, оцінювати та узагальнювати факти, які можуть стати важливими або цікавими для широкого загалу. До цього додається розвиток критичного мислення, прийом перевірки достовірності інформації, вміння працювати в умовах обмеженого часу.

Саме так народжуються журналісти-новинники, які формують щоденну картину життя країни та світу. І професійні компетенції у студентів можуть розвиватися лише в балансі теорії та практики. Невипадково, в деяких університетах США диплом бакалавра випускнику факультету журналістики вручають лише після піврічного стажування в медіа.

О. Зіненко

**ПОПУЛЯРНА КУЛЬТУРА
ЯК ОБ'ЄКТ МЕДІАДОСЛІДЖЕНЬ ТА НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

O. Zinenko

**POPULAR CULTURE
AS AN OBJECT OF MEDIA RESEARCH AND EDUCATIONAL ACTIVITY**

Рік війни, яка розпочалася внаслідок повномасштабного вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 р. (насправді — раніше, у 2014 р.), виявив ключові питання значущості культури загалом та висвітлення її в медіа зокрема. Особливу увагу хотілось би приділити ролі популярної культури в єднанні українців у протистоянні проти війни.

У перші дні війни можна було спостерігати високий рівень солідарності артистів, що працюють у галузі популярної культури, та їхнє бажання створювати музичні продукти, які б підтримали українців у цей важкий час. Вже за тиждень після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну в медіапросторі — на телебаченні, у соцмережах та чатах — починають з'являтися нові хіти, як авторські, так і на слова українських поетів та поеток. Кожного місяця набував популярності новий хіт. У тезах «Репрезентація настроїв громадськості в медіа засобами популярної культури» нами було зазначено, що від початку березня 2022 р. популярні зірки мобілізувалися й гуртом записали гімн України (не менш ніж 40 зірок різного віку і музичного напрямку — Олександр Пономарьов, Віктор