

Модифікований нормативний документ (MOD) може бути із змістовою частиною меншою за обсягом, мати не такі суворі або менш суворі вимоги, відрізнятись від положень міжнародного нормативного документа, передбачати можливість альтернативного вибору (положень) вимог тощо.

Нееквівалентний нормативний документ (NEQ) має технічні відхилення та/або редакційні зміни, які не визначено і не пояснено, зміни в структурі, які точно не ідентифіковано, має меншу частину положень міжнародного нормативного документа.

Із затвердженням та прийняттям перших національних стандартів в сфері інформаційних наук у 1994 р. і до 2015 р. в Україні розробники переважно застосовували метод перевидання міжнародних нормативних документів (передрук, переклад, перероблення) та їх адаптацію до національних потреб, правил та вимог із різним ступенем відповідності їх гармонізації від ідентичного, модифікованого до нееквівалентного.

Починаючи з 2016 р. згідно Закону України «Про стандартизацію», Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС, наказів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України і національного органу стандартизації ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» набув чинності новий напрям прийняття міжнародних нормативних документів як ідентично гармонізованих національних стандартів України методом підтвердження в різних галузях діяльності, зокрема і в сфері інформаційних наук.

УДК 378.147.091.33:808.543]:378.046-021.64:02

*Єрмолаєва Ганна Анатоліївна,
доцент кафедри інформаційної, бібліотечної
та архівної справи
Відокремленого підрозділу «Миколаївська філія
Київського національного університету
культури і мистецтв»,
кандидат педагогічних наук, доцент,
м. Миколаїв*

СТОРИТЕЛІНГ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ, БІБЛІОТЕЧНОЇ ТА АРХІВНОЇ СПРАВИ: СУЧАСНИЙ ВИМІР

В Україні дослідження методу сторітелінгу розпочато порівняно нещодавно і нині це вважається інновацією в освіті.

Сторітелінг належить до кола інтересів зарубіжних та вітчизняних науковців. Пропонуємо розглянути «сторітелінг» як складову комплексу інструментів, які розкривають певну ідею за допомогою цілої оповіді. Варто зауважити, що сторітелінг можна вважати універсальним засобом, адже можливості його застосування є досить широкими та не залежать від часу і місця.

Доречним буде акцент на неузгодженості між дослівним перекладом з англійської – (Storytelling, де story – розповідь, історія; tell – розповідати; Storytelling – розповідь історій – ефективний метод подання інформації) й презентацією цього методу. Адже, головними особливостями сторітелінгу є легкість, відсутність нав'язливих пропозицій, слухаючи або читаючи таку історію, аудиторія сама зробить потрібний висновок і запам'ятає набагато більший обсяг інформації [3, с.51].

Вперше запровадив техніку сторітелінг в галузі освіти філософ-педагог К. Еган, що висвітлено в праці “Teaching as Story Telling: An Alternative Approach to Teaching and Curriculum in the Elementary School” (1986 р.). Автором запропоновано використання сторітелінгу як альтернативної стратегії для організації навчання у закладах початкової освіти. Праця “Narrative and Stories in Adult Teaching and Learning” М. Россітер (2002 р.) є показовою у наступному етапі реалізації та дослідженні сторітелінгу, в якій йдеться про використання розповідей, історій у навчанні не лише дорослих, а й студентів закладів вищої освіти. Про можливість застосування техніки сторітелінгу у процесі навчання будь-якого контингенту та універсальність цієї педагогічної концепції зауважує Ю.В.Коренівська [2, с.5-6].

Спираючись на ґрунтовні дослідження та активність використання методу в сучасному освітньому середовищі, можемо говорити про метод сторітелінгу як своєрідний тренд в освіті.

Подання навчального матеріалу у вигляді розповіді історій розвиває уяву, логіку та підвищує рівень культурної освіти студентів. Майбутні бакалаври, фахівці з інформаційної, бібліотечної та архівної справи дедалі більше розширюють діапазон виконання власних професійних функцій, зокрема тих, що пов'язані з створенням та обробленням інформаційних потоків, їх аналізом, орієнтуванням у динамічному документообігу, забезпеченням ефективної суб'єктної взаємодії. Якість виконання зазначених функціональних обов'язків майбутніми фахівцями залежить від рівня їхньої підготовки у вищому навчальному закладі, зокрема фахових знань, особистісних якостей, навичок комунікативної культури, "soft skills" тощо.

Застосовуючи методіку сторітелінгу, викладач власним прикладом, формує у студентів вміння використовувати подібні методи у майбутній професійній діяльності. Сучасний викладач має широкий методичний інструментарій, в якому серед багатьох нових засобів навчання належне місце посідає метод «сторітелінгу». Сторітелінг може застосовуватися у процесі викладання дисциплін як гуманітарного, так і спеціального циклів. Дидактичний потенціал сторітелінгу полягає у доцільному використанні викладачем інформації яка ілюструє матеріал, що вивчається, через розповідь, наприклад, доречної історії, з метою активізації студентської уваги, виникнення додаткового інтересу тощо. З огляду на вищесказане не маємо сумнівів щодо актуальності дослідження даного питання, оскільки, цей метод сприяє вирішенню проблеми інформаційної перевантаженості студентів та слабкої реалізації виховних цілей у навчально-виховному процесі вищої школи.

Сучасні студенти належать до покоління цифрового світу, молодь не уявляє своє життя без Інтернету, комп'ютера, мобільного телефону або інших електронних пристроїв. Однак, у них відсутня здатність тривалого концентрування на матеріалі. Для них характерне кліпове мислення та труднощі зі сприйняттям довгих інформаційних повідомлень. Такі особливості студентів покоління Z продукують не лише трансформацію їх ставлення до навчання, а й вимог до професорсько-викладацького складу [4, с.264-265].

Різновиди сторітелінгу: усний сторітелінг (невід'ємна складова публічних виступів, де важливими є погляд, емоції, жести, особистість мовця), письмовий сторітелінг (провідна техніка впливу та привернення аудиторної уваги, затребувана копірайтерами, блогерами, маркетологами, журналістами тощо), мультимедійний або цифровий сторітелінг (застосовується під час створення сайтів та в цифровій журналістиці, у соціальних мережах, а також під час створення презентацій та відеороликів). Цифровий сторітелінг може бути реалізований у форматах відеоролику, презентації і цифрової публікації з мультимедійним контентом [1, с. 40].

Вважаємо, що саме використання методу сторітелінгу у процесі викладання фахових дисциплін для майбутніх бакалаврів інформаційної, бібліотечної та архівної справи сприятиме активізації студентів, налаштування позитивної атмосфери під час проведення занять, встановлення контакту між студентами та викладачем, а також впливає на лінію поведінки студента в конкретних ситуаціях, збагачує студентський словник мовленнєвими конструкціями, формує навички швидкого орієнтування та вирішення завдань в спонтанно створених умовах. Це, в свою чергу, впливає на становлення індивідуальної позиції в спілкуванні та самопрезентації студентів, збагачує особистий досвід у володінні прийомами та засобами мовлення. Дисципліни закладають адаптаційні механізми для безперервної освіти та творчості студентів. Її домінантою є розвинена мотивація й сформованість особистісних якостей, які забезпечують внутрішню потребу активного освоєння студентами функцій нових ролей, зокрема інформаційних.

Метод сторітелінгу дозволяє максимально ефективно подавати навчальний матеріал та підвищує мотивацію студентів до вивчення предмету, розвиває критичне мислення, сприяє формуванню власної думки, дає можливість створювати дискусії, аналізувати різні погляди, заохочує до пошуку різних варіантів вирішення завдання та використання інтерактивних форм роботи.

Наголошуємо, що головною відмінністю сторітелінгу є відсутність нав'язливих пропозицій, легкість: слухаючи або читаючи таку історію, аудиторія сама зробить потрібний висновок і запам'ятає набагато більший обсяг інформації.

Перспективою подальших досліджень є розвідки, зосереджені на дослідженні питань щодо впровадження сторітелінгу під час курсів таких дисциплін, як «Інформаційно-

аналітична діяльність», «Візуальна аналітика», «Інформаційний моніторинг», «Інформаційне забезпечення управління», враховуючи новітні технології в розкритті особливостей застосування елементів віртуальної реальності та доповненої реальності під час підготовки майбутніх бакалаврів з інформаційної, бібліотечної та архівної справи

Література

1. Грушевская, В. Ю. Применение метода цифрового сторителлинга в проектной деятельности учащихся / В.Ю.Грушевская //Педагогическое образование в России. – 2017. – №6. – С.38–43.
2. Коренівська, Ю.В. Сторірінг і сторітелінг як інструменти формування комунікативної компетенції студентів-філологів; спец.: 035 - філологія / Ю.В. Коренівська; наук. керівник О.І. Єгорова. – Суми: СумДУ, 2020. – 36 с.
3. Паламар, С. Сторітелінг у професійній підготовці майбутніх педагогів: сучасні інструменти / С.Паламар, М.Науменко //Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету. – 2019 . – №7. – С. 48-55.
4. Подік І. Сервіси google у навчанні студентів покоління / І.Подік //Інформаційні технології і засоби навчання. – 2017. – Вип. 60 (4). – С 264-277.

УДК 378:02:[658.8-051:004.77]:005.336.2-028.63

*Касьян Владислав Володимирович,
старший викладач кафедри документознавства
та інформаційно-аналітичної діяльності
Київського національного університету
культури і мистецтв,
кандидат філософських наук,
м. Київ, Україна*

ЦИФРОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГА ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 029 «ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА»

Цифрові компетенції сьогодні – це, з одного боку, необхідний інструмент для взаємодії з усіма суспільними інститутами, загалом, значимий механізм соціалізації особистості в інформаційному суспільстві, зокрема, а з іншого, визначальний фактор конкурентоспроможності та виникнення нових інтернет-професій. У контексті якісних змін мережеспробності та трансформаційних процесів застосування інформаційно-комунікаційних технологій, ми погоджуємося зі слушним твердженням К. О. Січкаренко [4], що найважливіший аспект сучасності – потреба реформування системи освіти відповідно до сучасних вимог, перегляд навчальних програм відповідно до запитів ринку праці і вимог роботодавців.

Професія інтернет-маркетолога – фахівця з контекстної реклами, оптимізатора сайтів, веб-аналітика тощо – сьогодні надзвичайно затребувана на ринку праці, особливо в умовах стрімкого переміщення послуги просування товарів в онлайн-середовище. Інтернет-маркетинг дозволяє швидко визначати ефективність застосованих рекламних стратегій та оперативно впливати на підвищення їх результативності та конкурентоздатності.

Вимоги, які висуває роботодавець до кандидатів вакансії інтернет-маркетолога, варто розділити на дві великі групи:

– *професійні вимоги* (створення інтернет-спільнот, їх просування, робота з соціальними мережами; відстеження відгуків на сайті та грамотна й швидка їх обробка; проведення аналізу цільової аудиторії; навички з налаштування різних видів реклами; просування сайтів у топ пошукових запитів; розробка загальної стратегії просування компанії в Інтернеті та підбір необхідних фахівців для якісної роботи у цьому напрямі тощо);

– *особисті якості* (комунікабельність та аналітичний склад розуму, адже вміння знаходити спільну мову зі співробітниками під час реалізації складних проектів із просування, логічне мислення, математичні здібності та вміння аналізувати наявні дані – критично необхідні риси для інтернет-маркетолога).