

3. Лазарев Ф.В. Философия: учебное пособие для студентов / Ф.В. Лазарев, М.К. Трифонова. — Симферополь: СОНАТ, 1999. — 352с.
4. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник. — Харьков: КП «Городская типография», 2009. — 392 с.
5. Сурмин Ю.П. Теория социальных технологий: учеб. пособие / Ю. П. Сурмин, Н.В. Туленков. — К.: МАУП, 2004. — 608 с.
6. Чапаев Н.К., Воробьева Э.Л. Категориальные характеристики педагогической методологии // Понятийный аппарат педагогики и образования: Сб. науч. тр. / Отв. ред. Е.В. Ткаченко. — Вып. 2. — Екатеринбург, 1996. — 383 с.

УДК[378.147:316.77]:378.4(477.54-25)ХДАК

О. А. ГАВРЮШЕНКО
О. А. HAVRIUSHENKO

КОНЦЕПЦІЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МЕДІА-КОМУНІКАЦІЇ» В ХДАК

CONCEPT OF MASTER PROGRAMME OF «MEDIA COMMUNICATIONS» SPECIALTY

Висвітлюється концепція магістерської програми зі спеціальності «Медіа-комунікації». Особлива увага приділяється структурі та змістовій наповненості програми.

Ключові слова: інформація, культурологія, медіа-комунікація, медіа-культура, медіа-освіта.

Рассматривается концепция магистерской программы по специальности «Медиа-коммуникации». Особое внимание уделено структуре и содержанию программы.

Ключевые слова: информация, культурология, медиа-коммуникация, медиа-культура, медиа-образование.

The concept of the master's program in "Media-communication." Particular attention is paid to the structure and content of the program.

Key words: information, culturology, media communication, media culture, media education.

Останні три десятиліття в усьому світі спостерігається інтенсивний розвиток інформаційних технологій і засобів комунікації, що зумовило стрімку модифікацію існуючої системи масової комунікації, суттєво вплинуло на діяльність самих мас-медіа й культурне буття сучасного людства. Медіа-реальність як новий тип соціокультурного простору викликає до життя все нові і нові моделі навколишнього світу, справляє дедалі більший вплив на сучасну людину [4, 5, 13, 14].

Підготовка магістрів з медіа-комунікацій в Україні (де вона тільки розпочинається) або в Росії (в значній кількості осередків) майже на 100% зосереджена на факультетах журналістики і передбачає створення певної варіативності для бакалаврів цих факультетів. Відповідно, магістерська програма доволі жорстко підпорядкована програмі попереднього освітнього рівня — бакалаврату.

Більшість фахівців з медіа-виробництва, вживаючи слово «медіа», мають на увазі засоби масової інформації, і це відразу ж замикає їх у просторі, обмеженому журналістською практикою. При цьому з поля зору зникають ті феномени культури, які виникли набагато раніше за ЗМІ і належать до, так би мовити, системоутворюючих, а саме: книга як вид медіа, писемність, мова, музика, живопис, скульптура та ін.

Концепція магістерської освіти, яку розробила кафедра культурології та медіа-комунікацій ХДАК, є перед усім культурологічна. Магістранти повинні мати уявлення про соціальну та культурну сфери, про ті трансформації, які нині відбуваються в суспільстві, мати системні базові знання у сфері медіа, інформаційної культури, масових комунікацій у цілому.

У ХДАК реалізують таку модель магістерської програми з медіа-комунікацій, яка характерна для більшості зарубіжних видів медіа-освіти, коли після бакалаврата, здобувши знання в певній предметній сфері, студент набуває необхідні «комунікативні компетенції» для роботи із цим контентом у медіа-просторі.

Навчальний план спеціальності «Медіа-комунікації» спрямований на підготовку універсального фахівця, здатного на високому організаційно-правовому, технічному й змістовному рівні розробляти та реалізовувати новаторські медіа-продукти, фахівця, котрий професійно володіє основними технологічними інструментами й творчими навичками, необхідними для роботи в креативних індустріях, який спроможний створювати медіа-контент різного ступеня складності для різних каналів комунікації.

У виховному сенсі підготовка магістрів базується на запропонованій Академією педагогічних наук України Концепції медіа-освіти, де враховані національна та етнолінгвістична специфіка медіа-потреб, пріоритет морально-етичних цінностей, завдання розвитку в Україні громадянського суспільства [7].

Реалізація концепції підготовки універсального медіа-фахівця в ХДАК забезпечується:

- поєднанням теоретичного навчання з навчанням у середовищі власної академічної навчальної медіа-студії, новітнього технологічного забезпечення, яке вже успішно апробовано в процесі викладання на мистецьких спеціальностях;

- поглибленою фаховою підготовкою на випусковій кафедрі, де працюють провідні культурологи України, фундатори нової галузі знань;
- залученням до навчального процесу викладачів з факультетів документознавства та інформаційної діяльності, кіно- і телемистецтва, кожен з яких є висококваліфікованим фахівцем у певній, потрібній майбутньому медіа-магістру, професійній компетенції.

Широкі можливості для наукової діяльності медіа-магістрів відкриваються завдяки участі у фундаментальних культурологічних дослідженнях академії. Ці дослідження можуть бути формалізовані, передусім, за культурологічними спеціальностями (26.00.00) та спеціальностями, пов'язаними із соціальними комунікаціями (27.00.00). За тематикою вони можуть охоплювати історичні та теоретичні аспекти буття сучасної світової медіа-цивілізації, конкретні медіа-феномени.

Модель організації навчального процесу базується на поєднанні теоретичної та практичної складових. Навчальний план підготовки магістра з медіа-комунікацій забезпечує в межах основних функціональних напрямів діяльності набуття таких професійних компетенцій: 1) соціально-проектувальних, 2) організаційно-адміністративних, 3) інформаційно-дослідницьких.

Соціально-проектувальні компетенції передбачають такі основні вміння:

- використовувати знання сучасного стану та тенденцій розвитку глобального медіа-ринку, особливостей розвитку вітчизняної медіа-галузі у професійній діяльності;
- визначати цілі проектування та критерії ефективності, володіти стратегією проектування в медіа-просторі;
- здійснювати моніторинг соціокультурного середовища, виокремлювати сфери проектної діяльності та визначати напрями медіа-проекування;
- діагностувати сталість норм у суспільних відносинах і визначити пріоритетні сфери медіа-діяльності;
- визначати перспективні комунікаційні моделі відповідно до особливостей соціокультурного середовища;
- визначати стратегічні завдання в налагоджуванні зв'язків із громадськістю, творенні каналів комунікації з лідерами, що формують суспільну думку;
- здійснювати збір, обробку, аналіз, систематизацію інформації, узагальнювати вітчизняний і зарубіжний досвід з питань розробки медіа-проектів і програм, використовуючи методи наукових досліджень і сучасні технічні засоби інформаційних технологій;

- використовувати знання специфіки формування системи соціальних та індивідуальних детермінантів інтересів суб'єктів медіа-процесу;
- розробляти комунікативну стратегію організацій та установ, що сприяють поліпшенню якісних параметрів задоволення культурних потреб населення.

Організаційно-адміністративні компетенції передбачають такі основні вміння:

- здійснювати інформаційно-методичне забезпечення виконання програми у вигляді реклами, видавничої діяльності, презентацій проектів і програм;
- розробляти технологічні процедури і створювати нормативну основу забезпечення проектів, зважаючи на цільові орієнтири;
- організовувати та проводити спеціалізовані соціально-культурні програми (методологічні ігри, прес-конференції, наукові презентації тощо);
- обирати певну комунікативну стратегію, обґрунтовувати й розробляти комплексний медіа-план;
- репрезентувати різноманітні засоби вербального спілкування (бесіда, дискусія, переговори, консультації, полеміка, виступи тощо);
- вміння обґрунтовувати й розробляти комунікативну політику підприємства, організації, установи зважаючи на фактори ризику в умовах конкурентного середовища;
- управляти масовими комунікаціями в ЗМІ, проводити спеціальні кампанії в ЗМІ для журналістів, а також клієнтів, партнерів, громадськості в пресі, на телебаченні, радіоканалах, мережі Internet;
- формувати власний гнучкий стиль керівництва, використовуючи свої повноваження для підтримки розумного балансу влади.

Інформаційно-дослідницькі компетенції передбачають наступні основні вміння:

- ставити дослідницькі завдання, знання й розуміння принципів використання методів якісних і кількісних маркетингових досліджень, необхідних для вибору оптимального позиціонування ЗМІ й медіа-продукції, їх просування на ринку, формування їх іміджу й репутації, а також керування брендами у сфері ЗМІ;
- виявляти джерела інформації, аналізувати їх, забезпечувати надійність та достовірність інформації;
- здійснювати добір технологій, необхідних для надання якісних медіа-послуг;

- проводити ідентифікацію, класифікацію та надання інформації за допомогою програмних і комп'ютерних засобів, локальних і глобальних мереж;
- вміння ставити дослідницькі завдання, знання й розуміння принципів використання різноманітних методів наукових досліджень (соціологічних, психологічних, економічних та ін.), необхідність у яких виникає під час визначення редакційної політики, програмування й продюсування в сфері ЗМІ;
- визначати основні етапи і процедури дослідження медіа;
- застосовувати відповідні методи описування та аналізу результатів дослідження;
- моделювати поведінку різних об'єктів і явищ у сфері ЗМІ на основі дослідницьких даних і побудови коротко-, середньо- й довгострокових прогнозів та сценаріїв їхнього розвитку;
- розробляти стратегічні й тактичні завдання функціонування відповідних організаційних структур і підрозділів професійної діяльності;
- передбачати соціальний ефект упроваджених медіа-проектів.

Результативність і ефективність навчального плану підготовки магістрів з медіа-комунікацій базується на засвоєнні теоретичних положень і набутті практичних навичок і вмінь з комплексу таких основних дисциплін:

1. У нормативній частині: візуальна культура, медіа-культура сучасного суспільства, інтелектуальна власність, методика розробки медіа-проектів, менеджмент у сфері медіа-комунікацій та ін.

2. У варіативній частині: управління медіа-проектами, основи WEB-дизайну, психологія масової комунікації, сучасна медіа-індустрія, комунікативні стратегії в добу глобалізації, мультимедійні технології в науці, культурі й освіті, сучасні інформаційні технології та Інтернет, методи дослідження медіа, реклама та медіа-планування та ін.

3. Науково-практична підготовка: технологічна практика, виробнича практика, науково-дослідницька практика.

Підготовка магістра завершується написанням магістерської дисертації в традиційній формі або у формі творчої розробки (сценарного плану, бізнес-проекту, синопсису, готового творчого проекту).

Навчальний процес з підготовки магістра з медіа-комунікацій підпорядкований таким принципам:

духовності й етичності — нова генерація медіа-фахівців покликана підтримувати розвиток духовної культури українського народу, забезпечувати етичність у використанні медіа-ресурсів;

практичності — навчальний процес у магістрів з медіа-комунікацій спрямований на підготовку до практичної роботи з адміністративно-організаційного та технічного забезпечення авторських медіа-проектів, їх теоретичного насичення;

універсальності — підготовка магістрів з медіа-комунікацій має бути багатоаспектною, щоб забезпечити можливості їх працевлаштування в основних видах електронних і друкованих ЗМІ, різних державних і приватних медіа-структурах;

креативності — магістр з медіа-комунікацій повинен бути не стільки виконавцем, скільки розробником (адміністратором, продюсером) оригінального медіа-продукту;

конвертованості, що передбачає орієнтацію на сумісність магістерської програми з подібними програмами, запропонованими вітчизняними та зарубіжними університетами.

Підготовка магістрів орієнтована на широкий ринок праці. Основним сегментом цього ринку є медіа-індустрія України — провідний і найдинамічніший сектор економіки сучасного інформаційного суспільства, що забезпечує сталість попиту на робочу силу, навіть на тривалу перспективу.

Основні види професійної діяльності магістра з проектування й адміністрування медіа-проектів пов'язані з роботою:

- програмного директора;
- головного редактора програм;
- начальника прес-центру;
- менеджера у видавничій діяльності, контент-менеджера, програм-менеджера;
- наукового співробітника-консультанта (проекти та програми у сфері матеріального й нематеріального виробництва);
- продюсера медіа-проекту, генерального продюсера.

Магістерська медіа-освіта в Харківській державній академії культури пропонується як складова її стратегії на інноваційне спрямування у ХХІ ст. на основі системного підходу, що передбачає впровадження інноваційних продуктів і послуг через формування інноваційних відносин, створення відповідної інфраструктури ХДАК; охоплення інноваційними ідеями всіх напрямів діяльності ВНЗ; взаємодію всіх її елементів і підсистем на освітньому та науковому рівнях.

Список літератури

1. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика / Пер. с франц. Т. В. Анисимовой и Ю. В. Марковой / Ж. Бодрийяр. — М. : Аспект-пресс, 1999. — С.78–122.
2. Закон України «Про інформацію» (1992).
3. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (1992).
4. Закон України «Про Національну програму інформатизації» (1998).

5. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» (2007).
6. Кириллова Н.Б. Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллов. — М. : Академический Проект, 2006. — 447 с.
7. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні. Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm. — Назва з екрана.
8. Луман Н. Медиа коммуникации. Пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров / Н. Луман. — М.: Издательство «Логос», 2005. — 280 с.
9. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / — М. Маклюэн / перевод с английского В. Г. Николаева. — М.: Гиперборей; Кучково поле, 2007. — 464 с.
10. Марков Б. Человек в эпоху масс-медиа / Б. Марков // Информационное общество: СПб.; М. : ООО «Издательство АСТ», 2004. — С. 452–507.
11. Медиакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навч. метод. посібник / за ред. Л. А. Найдьонові, О. Т. Барішпольця. — К.: Міленіум, 2010. — 440 с.
12. Международный электронный научно-образовательный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». — Режим доступу: <http://mic.org.ru>.
13. Программные документы Международной конференции «Медиа- и информационная грамотность в обществах знаний», июнь, 2012. — Режим доступу: <http://www.ifarcom.ru/news/1334/?returnto=0&n=1>
14. Програма розвитку інформаційного простору Харківської області на 2011 — 2015 роки. — Харків, 2011. — Режим доступу: pressa-kh.gov.ua/.../Programma.../proga_IP. — Назва з екрана.

УДК [378.016:130.2](489)

ХАНС ЕЛЬБЕСГАУЗЕН
HANS ELBESHAUSEN

ВИКЛАДАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ В ДАНІЇ

SYNOPSIS ABOUT CULTUROLOGY/CULTURAL STUDIES IN DENMARK

Описано політичну організацію сфери культури в Данії, наведено перелік науково-дослідних та навчальних закладів, що мають справу з культурологією.

Ключові слова: культурологія, культурна політика, вища освіта, сфера досліджень, ступінь магістра.

Описано политическую организацию сферы культуры в Дании, предложен перечень научно-исследовательских и учебных заведений, занимающихся культурологией.

Ключевые слова: культурологія, культурна політика, высшее образование, область научных исследований, степень магистра.