



УДК 378.2(045)

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-8\(26\)-717-735](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-8(26)-717-735)

Бондаренко Тетяна Григорівна кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, бульвар Шевченка, 81, м. Черкаси, 18031, тел.: (067) 799-00-13, <https://orcid.org/0000-0002-3261-2883>

Погрібна Олена Олександрівна кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, бульвар Шевченка, 81, м. Черкаси, 18031, тел.: (093) 718-87-11, <https://orcid.org/0000-0002-1564-5448>

СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВА ОРГАНІЗАЦІЯ МАГІСТЕРСЬКОГО ПРОЄКТУ СТУДЕНТІВ-МЕДІЙНИКІВ

Анотація. У статті з'ясовано особливості організації роботи над кваліфікаційним проектом здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації». Описано досвід кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Акцентовано, що інтегрованою випускною кваліфікаційною роботою є інноваційний проєкт, який містить дослідницький компонент, орієнтований на аналіз теоретичних явищ і медійних реалій, а також передбачає виготовлення авторського творчого доробку.

Згідно з «Положенням про курсові й кваліфікаційні роботи у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького», удокладнено сутність терміносполучення «кваліфікаційна робота», окреслено вимоги до магістерської роботи, які увідповіднені зі «Стандартом вищої освіти» (рівень вищої освіти – другий (магістерський), ступінь вищої освіти – магістр, галузь знань 06 Журналістика, спеціальність 061 Журналістика) та освітньо-професійною програмою «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації» ЧНУ ім. Б. Хмельницького.

Витлумачено поняття авторського творчого доробку, що являє собою інформаційні продукти для медіа, соціальних мереж та інших платформ у друкованому або в електронному форматах (текстові, візуальні, аудіальні, аудіовізуальні), а також інформаційні кампанії (рекламні й PR-кампанії).



Репрезентовано етапи роботи студента-медійника над випускним проектом, удокладнено зміст усіх структурних компонентів магістерського дослідження. Зауважено, що кваліфікаційна робота складається з трьох розділів: перший розділ присвячений викладу теоретичних засад порушеної проблеми, другий – фокусує увагу на теоретико-практичному аналізі задекларованого питання в контексті медійних реалій, третій – представляє опис технології виготовлення авторського інформаційного продукту в межах досліджуваної проблематики.

Ключові слова: наукове дослідження, кваліфікаційний проєкт, магістерська робота, авторський доробок, інформаційний продукт, інформаційна кампанія.

Bondarenko Tetiana Grygorivna PhD of Philology, Professor at the Department of Journalism, Advertising and PR Technologies of Bohdan Khmelnytskyi National University, Shevchenko Boulevard, 81, Cherkasy, 18031, tel.: (067) 799-00-13, <https://orcid.org/0000-0002-3261-2883>

Pohribna Olena Oleksandrivna PhD of Philology, Associate Professor at the Department of Journalism, Advertising and PR Technologies of Bohdan Khmelnytskyi National University, Shevchenko Boulevard, 81, Cherkasy, 18031, tel.: (093) 718-87-11, <https://orcid.org/0000-0002-1564-5448>

STRUCTURAL AND CONTENT ORGANIZATION OF THE MASTER'S PROJECT OF MEDIA STUDENTS

Annotation. The article focuses on the peculiarities of work organization on the qualification project of the Master's degree students majoring in "Journalism" of the Educational and Professional Program "Digital media, advertising and PR communications". The experience of the Chair of Journalism, Advertising and PR Technologies of Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University is described. It is emphasized that the integrated final qualification work is an innovative project containing a research component focused on the analysis of theoretical phenomena and media realities, and also involves the production of an author's creative work.

In accordance with the "Regulations on Coursework and Qualification Work at the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University", the essence of the term "qualification work" has been clarified, the requirements for the Master's thesis have been identified in accordance with the Higher Education Standard (higher education level - second (Master's), degree of higher education – Master's degree, field of knowledge 06 Journalism, major 061



Journalism) and the Educational and Professional Program “Digital media, advertising and PR communications” of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University.

It is emphasized that the author’s creative work can be information products for media, social networks and other platforms in printed or electronic formats (text, visual, audio, audiovisual), as well as information campaigns (advertising and PR campaigns).

The article represents the stages of the media student’s work on the graduation project and the content of all structural components of the Master’s research. Particular attention is paid to the characteristics of the three sections of the qualification work: the first focuses on the theoretical foundations of the problem, the second - on the theoretical and practical analysis of the problem in the context of media realities, the third section presents a description of the technology of the author’s information product within the scope of the studied issues.

Keywords: research, qualification project, Master’s thesis, author’s work, information product, information campaign.

Постановка проблеми. Трансформація системи вищої освіти передбачає впровадження таких форм навчання, які сприяють активізації наукової діяльності студентів. Зокрема, це стосується виконання студентами магістерського проекту, що є невіддільним складником освітнього процесу та одним з основних чинників якісної підготовки висококваліфікованих медіафахівців.

Магістерська робота, що виконують студенти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації», має специфічні особливості, оскільки являє собою теоретико-практичний проект. Кваліфікант обов’язково виготовляє власний практичний доробок, опис якого є органічною частиною теоретичного обґрунтування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання науково-дослідницької роботи студентів постають предметом вивчення в працях багатьох авторів (О. Ануфрієва, П. Безус, М. Бейлін, Г. Бірта, Ю. Бургу, С. Важинський, Н. Волянчук, П. Григоров, О. Гуртов, А. Демківський, І. Железняк, Л. Жук, В. Кислий, В. Ковальчук, М. Колесников, В. Косенко, О. Крушельницька, Н. Леміш, Л. Моїсєєв, Ю. Палеха, П. Присяжний, В. Савченко, В. Саюк, Н. Хрущ, Ф. Чмиленко, Т. Шестаковська, Т. Щербак та ін.). Учені з різних наукових галузей (педагогіка, психологія, культурологія, медицина, екологія, економіка, історія, кібернетика, фізика, технічні науки та ін.) описують особливості методології та організації наукових

досліджень у своїй сфері (О. Адаменко, Т. Білобровко, А. Борзенко-Мірошніченко, Р. Бруханський, Л. Власенко, Т. Гончарук, В. Демидов, О. Демченко, О. Ігнатова, В. Зацерковний, Н. Зоріна, Л. Кожуховська, Ю. Кононенко, С. Корновенко, С. Котловий, О. Кривонос, А. Ладанюк, М. Мірошніченко, С. Осадчий, Н. Павлик, Л. Птащенко, В. Рач, Н. Сейко, С. Ситняківська, Л. Сігаєва, М. Сорока, І. Тішаєв, Г. Тимошенко, А. Філіпенко, Г. Цехмістрова, В. Юринець).

Попри такий міждисциплінарний науковий фонд, бракує розвідок, зосереджених на описі кваліфікаційних проєктів здобувачів освітнього ступеня «магістр» зі спеціальності «Журналістика». До аналізу залучено праці Т. Бондаренко, Н. Ковтун [1], В. Різуна, Т. Скотникової [8; 9], І. Михайлина [5], О. Холода [12], Г. Шаповалової, Я. Шебештян [13], В. Шевченко [14]. У цитованих розвідках основну увагу зосереджено на описі методології наукових досліджень, що зазнала трансформації після переходу теорії журналістики, реклами, зв'язків із громадськістю і видавничої справи до галузі наукового знання «соціальні комунікації». Як слушно зауважують В. Різун і Т. Скотникова, «наблизитись до наукової об'єктивності в дослідженнях із соціальних комунікацій можна, підвищивши вимоги до адекватності застосовуваних методів» [9, с. 49]. Донині структурно-змістова організація роботи магістранта-медійника над випускним проєктом перебуває поза увагою вчених. Водночас кожен заклад вищої освіти автономно розробляє методичні рекомендації до написання магістерських робіт [2; 3; 4 та ін.].

Метою статті є обґрунтування структурно-змістової організації процесу виконання студентами-медійниками магістерської роботи, що увідповіднено з вимогами до кваліфікаційного проєкту студентів кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького (далі – ЧНУ ім. Б. Хмельницького).

Виклад основного матеріалу дослідження. Як зазначено в «Положенні про курсові й кваліфікаційні роботи у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького», «кваліфікаційна робота – це вид підсумкової атестації, що може бути передбачений на завершальному етапі здобуття рівня вищої освіти для встановлення відповідності набутих здобувачами результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Форми кваліфікаційної роботи включають: власне кваліфікаційна робота, публічна демонстрація (захист), сукупність наукових статей, комбінація різних форм вище зазначеного та ін.» [7, с. 4].

Кваліфікаційна робота здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації» суттєво відрізняється від інших



студентських робіт. Це інтегрована випускна робота, яка є інноваційним проектом, що містить дослідницький компонент, орієнтований на аналіз теоретичних явищ і медійних реалій, а також передбачає виготовлення авторського творчого доробку. Вимоги до магістерської роботи студентів кафедри журналістики, реклами та PR-технологій ЧНУ ім. Б. Хмельницького увідповіднені зі «Стандартом вищої освіти» (рівень вищої освіти – другий (магістерський), ступінь вищої освіти – магістр, галузь знань 06 Журналістика, спеціальність 061 Журналістика). У документі зазначено, що «кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання задачі дослідницького та / або інноваційного характеру у сфері журналістики. Кваліфікаційна робота на освітньо-науковій та освітньо-професійній програмах може бути двох типів – дослідницька (наукова) робота або практичний проєкт» [10, с. 9].

Захист магістерської роботи передбачає опанування студентом інтегральної компетентності, загальних і спеціальних компетентностей, що синхронізовані з результатами навчання, які регламентовані в освітньо-професійній програмі «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації» ЧНУ ім. Б. Хмельницького [6, с. 8–12].

Інтегральна компетентність. Здатність розв’язувати завдання дослідницького та / або інноваційного характеру в галузі журналістики.

Загальні компетентності.

ЗК 01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК 03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 06. Здатність ухвалювати обґрунтовані рішення.

ЗК 09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні компетентності.

СК 01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв’язання завдань інноваційного характеру у сфері журналістики з пріоритетом цифрових медіа.

СК 02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.

СК 05. Здатність зрозуміло і недвозначно транслювати власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

СК 06. Здатність інтегрувати знання та розв’язувати складні завдання журналістики в широких і мультидисциплінарних контекстах, за умов

неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

СК 09. Здатність самостійно розробляти бренд-стратегію, візію і місію різних організацій, установ, персоналій тощо, а також застосовувати сучасні рекламні та PR-комунікації для реалізації запланованих медійних цілей, а також застосовувати сучасні рекламні та PR-комунікації для реалізації запланованих медійних цілей.

Програмні результати навчання.

ПРН-3. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів із різних джерел, зокрема наукову та професійну літературу, бази даних, перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження.

ПРН-5. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.

ПРН-7. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати й обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.

ПРН-8. Використовувати передові знання й методики в процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.

ПРН-14. Володіти навичками створення якісного та різноформатного медійного контенту (тексти, мультимедіа, відео, аудіо, лонгридні історії, анімація, інфографіка, відеоскрайбінг та ін.), поширювати його на різних платформах (теле-, радіо, преса, мультимедіа).

ПРН-18. Знати економічні, менеджерські, маркетингові засади організації діяльності медіа, специфіку монетизації контенту, особливості планування бюджету медіа, рекламних та PR-агенцій тощо.

ПРН-19. Знати принципи дизайну, уміти працювати з програмними продуктами для дизайну, володіти інструментами для візуалізації даних.

ПРН-20. Уміти створювати та розвивати бренди, сприяти бізнесу в ефективному розвитку, демонструвати креатив, застосовувати сучасні, рентабельні та ефективні технології, надавати персональні консультації щодо комунікаційних стратегій для бізнесу.

Здобувач вищої освіти має право вибирати різновид **авторського творчого доробку**:

1) інформаційні продукти для медіа, соціальних мереж та інших платформ у друкованому або в електронному форматах (текстові, візуальні, аудіальні, аудіовізуальні);

2) інформаційні кампанії (рекламні та PR-кампанії).

У ході роботи над магістерським проектом студенти кафедри журналістики, реклами та PR-технологій ЧНУ ім. Б. Хмельницького створювали такі авторські доробки:



- рекламна кампанія, PR-кампанія, промоція або формування іміджу організацій та окремих особистостей;
- інформаційно-реklamна продукція пресслужби державних або бізнес-структур;
- різножанровий і різнотематичний контент для медіа (цикл текстових матеріалів, фоторепортажів, відео, інфографіки, авторських теле- і радіопрограм, подкастів та ін.);
- документальний фільм;
- мультимедійна історія;
- текстовий, фото- й відеоконтент для соціальних мереж «Фейсбук», «Інстаграм», «ТікТок», «Ютуб» (рилзи, сториз, інтерактивні опитування, вікторини та ін.);
- текстові й відеоблоги для різних соцмереж;
- різножанрові відео (відеоінтерв'ю, відеореklama, відеоскрайбінг, буктрейлери та ін.);
- маркетингова стратегія рекламних агенцій;
- інформаційний супровід бізнесу;
- створення, інформаційне наповнення та адміністрування сайтів різних видів (сайту-візитівки, корпоративного сайту та ін.);
- популяризація української мови на різних платформах;
- створення медійних інструментів інформування громадян щодо різних актуальних питань;
- виготовлення фотоілюстрацій як ресурсу для візуалізації контенту на різних платформах;
- брендинг.

Обсяг творчого доробку належить до питань автономії закладів вищої освіти, тому кафедри затверджують це питання відповідно до освітньо-професійної програми. Варто збалансовувати обсяг і зважати на ресурсність, трудомісткість, часову затратність виготовлення авторських проєктів, наприклад: відеоінтерв'ю потребує більших затрат, ніж інтерактивне опитування для інстаграму.

Магістерський проєкт містить структурні компоненти, розташовані в такій послідовності: титульний аркуш; зміст; перелік умовних позначень, символів, скорочень, термінів, одиниць (за потреби); вступ; три розділи: 1) науково-теоретичні засади вивчення проблеми; 2) аналіз подібних проєктів, які функціонують на інформаційному ринку; 3) опис методики продукування авторського проєкту; висновки до розділів; висновки; список використаних джерел; додатки.

Титульний аркуш повинен охоплювати такі елементи: назва міністерства, якому підпорядкований заклад вищої освіти; назва закладу

вищої освіти, де виконана робота; назва випускової кафедри; прізвище, ім'я, по батькові студента; тема роботи; шифр і назва спеціальності; назва роботи (магістерська робота), курс, на якому навчається студент, назва форми навчання (денна, заочна), назва навчально-наукового інституту; прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, учене звання наукового керівника; місто, рік.

У **змісті** зазначають назви й номери початкових сторінок усіх структурних компонентів роботи (перелік умовних позначень, символів, скорочень, термінів, одиниць; вступ; розділи, підрозділи й пункти; висновки; список використаних джерел; додатки).

Перелік умовних позначень, символів, скорочень, термінів, одиниць варто подавати в тих випадках, коли в роботі вжито маловідомі скорочення, специфічну термінологію, нові символи, позначення та ін. Їхній перелік може бути поданий у вигляді окремого списку, який розміщують перед вступом двома колонками: ліворуч в алфавітному порядку наводять умовні позначення (символи, скорочення, терміни, одиниці), праворуч – їх розшифрування. Якщо в роботі умовні позначення, символи, скорочення, терміни, одиниці повторюються менше ніж три рази, окремий перелік не складають, а їх розшифровку наводять у тексті за першого згадування.

Вступ репрезентує загальну характеристику роботи в рекомендованій нижче послідовності.

Загальні зауваги щодо теми. Стислий виклад сутності наукової проблеми та її значущість. Актуалізація тематичного вектора майбутнього дослідження.

Ступінь наукового опрацювання проблеми. Стислий огляд джерел, який підтверджує, що порушена тема ще не розкрита (розкрита лише частково, розкрита у вузькому аспекті та ін.), тому вимагає подальшого вивчення. В огляді називають і критично оцінюють публікації, які безпосередньо стосуються теми. Обов'язково необхідно зробити глибокий і всебічний аналіз нової спеціальної літератури, актуальних офіційних та нормативних документів.

Загалом огляд демонструє ґрунтовне ознайомлення студента зі спеціальною літературою, його вміння систематизувати джерела та критично їх аналізувати, виокремлювати суттєве, оцінювати зроблене раніше іншими дослідниками, акцентувати головне на сучасному етапі вивчення теми. Матеріали такого огляду необхідно систематизувати в певному логічному зв'язку та послідовності, тому перелік праць і їхній критичний аналіз не обов'язково подавати в хронологічному порядку. Це можна зробити за географічним принципом (зарубіжні, а потім українські



наукові студії), за масштабом праць учених (монографії, підручники, посібники, статті) та ін.

Якщо до вибраної теми в науковому дискурсі запропоновано багато інформаційних джерел, то огляд літератури готують в окремому пункті першого розділу, а у вступі аналізують лише основні студії.

Актуальність теми дослідження – оцінювання задекларованої теми, з огляду на її своєчасність і соціальну значущість, висвітлення сутності проблемної ситуації, тобто показ межі між знанням та незнанням досліджуваної проблеми. Доцільність власного авторського пошуку потрібно обґрунтовувати через критичний аналіз і порівняння з тими розвідками, які представлені в науці з теми, що вивчає студент.

Мета роботи має бути сформульована відповідно до того, що саме автор прагне з'ясувати, проаналізувати, виявити, верифікувати у своїй роботі.

Завдання роботи. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання кількох завдань, які варто формулювати або відповідно до кількості розділів, або ж до кількості пунктів, оскільки опис їх розв'язання становить зміст розділів наукової роботи.

Об'єкт дослідження – це процес або явище, що породжують проблемну ситуацію та вибрані для вивчення. Об'єкт завжди ширший за предмет.

Предмет дослідження міститься в межах об'єкта, саме на нього спрямована основна увага студента, оскільки предмет маркує тему роботи.

Методи дослідження – перелік загальних і спеціальних методів наукового пізнання для досягнення поставленої в роботі мети.

Новизна магістерської роботи – коротка анотація нових наукових положень, запропонованих автором роботи. Необхідно продемонструвати відмінність одержаних результатів від відомих раніше, описати ступінь новизни (уперше одержано, комплексно проаналізовано, удосконалено, набуло подальшого розвитку та ін.).

Практичне значення – необхідно подати рекомендації щодо використання результатів дослідження (для подальших наукових розвідок, як ілюстративний або додатковий матеріал у ході вивчення різних навчальних дисциплін, у практичній діяльності медійників, рекламників, піарників та ін.).

Апробація результатів роботи є обов'язковою умовою допуску магістерської роботи до захисту. Варто зазначити назви й дати проведення наукових конференцій і семінарів, де оприлюднено результати досліджень, що описані в роботі, зафіксувати, у яких статтях і наукових



журналах (збірниках наукових праць, матеріалах, тезах конференцій) опубліковано матеріали за темою магістерського проєкту.

Структура роботи – описати структуру роботи, зумовлену логікою дослідження, тобто окреслити, із яких структурних компонентів складається магістерський проєкт (відповідно до змісту). Зазначити кількість використаних джерел, кількість додатків і загальний обсяг (кількість сторінок).

У **першому розділі** варто дослідити науково-теоретичні засади вивчення проблеми, що покладено в основу теми магістерської роботи. Автор роботи має опрацювати всі теоретичні джерела з теми, з'ясувати сутність базисних понять, сформуванати науково-теоретичний апарат, яким студент буде керуватися в другому і третьому розділах.

Написання першого розділу є відповідальним етапом, оскільки необхідно зібрати, проаналізувати й систематизувати весь теоретичний матеріал. Як наголошують В. Різун і Т. Скотникова, саме «від достовірності зібраного матеріалу залежить змістова насиченість майбутньої наукової роботи» [9, с. 49].

Приклад змісту першого науково-теоретичного розділу, відповідно до теми магістерської роботи, представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

<i>Тема магістерської роботи</i>	<i>Зміст першого науково-теоретичного розділу</i>
Принципи й технології створення та наповнення телеграм-каналів про освітні можливості для студентів.	Розділ I. Теоретичні засади вивчення комунікаційно-інформаційних інструментів телеграму в контексті освіти та медіа. 1.1. Поняття про кросплатформений клауд-месенджер «Телеграм» та стислий огляд його еволюції. 1.2. Спектр інструментальних можливостей телеграму. 1.3. Переваги й недоліки використання телеграму в освітньо-медійній сфері.

Другий розділ фокусує увагу на теоретико-практичному аналізі задекларованого питання в контексті медійних реалій. Для реалізації цього завдання необхідно проаналізувати подібні проєкти на інформаційному ринку. Це варто зробити з тією метою, щоб з'ясувати місце студентського авторського доробку серед подібних продуктів у сучасному інформаційному просторі, зрозуміти, які функції виконує пропонований медіапродукт, чим вирізняється серед аналогічних, яка його ефективність, дієвість, впливовість, здатність породжувати прогнозовані ефекти та ін.



На відміну від першого розділу, у другій частині магістерської роботи доцільно зосередити увагу на тому виді продукту, який є темою випускного проєкту. Необхідно проаналізувати максимальну кількість подібних продуктів, які вже існують у сучасному медіапросторі.

Такий підхід уможлиблює реалізацію і практичного, і теоретичного завдань магістерського проєкту: вивчення досвіду колег, які працюють у схожій сфері, дотримання однієї з характерних рис наукового дослідження – «об’єктивності, усунення ... суб’єктивістських моментів у багатьох випадках для реалізації «чистоти» розгляду свого предмета» [12, с. 67].

Зразок змісту другого розділу, де проаналізовано подібні проєкти, представлено в таблиці 2.

Таблиця 2

<i>Тема магістерської роботи</i>	<i>Зміст другого розділу, де проаналізовано подібні проєкти</i>
Принципи й технології створення та наповнення телеграм-каналів про освітні можливості для студентів.	Розділ II. Технологічні аспекти функціонування освітніх телеграм-каналів: принципи та контент. 2.1. Поняття про освітній телеграм-канал, його функційне призначення та основні принципи створення. 2.2. Тематичні різновиди телеграм-каналів в українському сегменті. 2.3. Характер контенту популярних освітніх ресурсів у телеграмі.

У **третьому розділі** необхідно описати методіку продукування творчого доробку, усебічно обґрунтувати доцільність авторського проєкту, розкрити його актуальність і значення, а також докладно й поетапно схарактеризувати процес розроблення власного продукту.

Зразок назви третього розділу, де описано продукування авторського проєкту, подано в таблиці 3.

Таблиця 3

<i>Тема магістерської роботи</i>	<i>Приклад назви третього розділу, де описано продукування авторського проєкту</i>
Принципи й технології створення та наповнення телеграм-каналів про освітні можливості для студентів.	Методика продукування авторського телеграм-проєкту «Знайди та реалізуй себе».

Третій розділ складається з трьох підпунктів, що є усталеними та не змінюються, залежно від теми роботи. Такий стандартизований підхід дає

студентові змогу зосередити увагу на описі доречних етапів виготовлення авторського продукту.

3.1. Ідея та мета створення проєкту. Джерела інформації та методи її збирання.

3.2. Жанрово-композиційні особливості створеного продукту.

3.3. Цільова аудиторія та умови впровадження проєкту.

Обґрунтовуючи *ідею* створення проєкту, студент має зазначити вид вибраного продукту, описати його суть, джерела, що послугували підставою для появи ідеї. Також необхідно удокладнити *мету* авторського доробку. Важливо з'ясувати, як був дібраний матеріал, із якими *джерелами* працював кваліфіканти, які *методи збирання інформації* застосовував. Варто наголосити на етичних правилах, яких дотримувався студент у роботі з джерелами інформації.

У контексті жанрово-композиційних особливостей створеного проєкту окреслюють його *вид і жанр*. За необхідності варто скористатися стандартами ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення» (Чинний від 07.01.2016) та ДСТУ 7157:2010 «Видання електронні. Основні види та вихідні відомості». Наголосимо, що вид продуктового видання необхідно визначати за різними критеріями. Наприклад, предметом магістерської роботи є рекламна продукція структурного підрозділу закладу вищої освіти для розміщення на сайті та в соціальних мережах. Вид видання – електронне, за наявністю друкованого еквівалента – самостійне електронне видання, за природою основної інформації – мультимедійне, за цільовим призначенням – рекламне, за технологією використання – мережеве, за характером взаємодії з користувачем – інтерактивне, за періодичністю – неперіодичне, за структурою – багаточастинне.

Композицію створеного продукту необхідно описати відповідно до його виду та жанру. Наприклад, предметом магістерської роботи є телевізійні новини, композицію яких студент описує в такій послідовності: експозиція, зав'язка, розвиток подій, кульмінаційна частина, закінчення. Кожну композиційну частину необхідно деталізувати й описати всі структурні компоненти, аргументувати доцільність їх використання. Наприклад, для інформаційних телевізійних сюжетів доречно конкретизувати, чиї синхрони ввійшли до матеріалу, обґрунтувати вибір осіб, які надавали коментарі, а також зазначити їхню кількість.

Необхідно максимально чітко окреслити *цільову аудиторію*, якій адресований продукт (вікова, соціальна та інші групи), оскільки від цього залежить уся робота над створенням та оформленням продукту.



Описуючи умови впровадження проєкту, автори звертають увагу на його переваги й ефективність розроблення, наводять докази, які підтверджують ефективність доробку, його дієвість, впливовість, здатність породжувати прогнозовані ефекти, а також окреслюють перспективи практичного застосування створених матеріалів, зокрема комерційну реалізацію та результативність, що передбачає аналіз реакції аудиторії.

У ході опису методики продукування творчого доробку необхідно схарактеризувати всі *етапи роботи* над його створенням, які є спільними для багатьох продуктів: підготовчий, редакційний, виробничий, підсумковий. Водночас типи робіт на кожному із зазначених етапів залежать від виду й жанру власного продукту.

Наприклад, для аудіо- та відеопродукції студент описує свою роботу в послідовності, що представлена нижче.

1. Підготовчий етап. Варто акцентувати на організаційно-творчих моментах роботи:

- тематичне планування;
- планування роботи знімальної групи, з огляду на різні можливості (технічні, часові тощо);
- робота з автором / ведучим – узгодження основної теми та ідеї, вибір об'єктів показу, пошук героїв (учасників), написання сценарію.

2. Редакційний етап:

- підготовка редакційного висновку (редакторський аналіз);
- робота з автором / ведучим, що працює в кадрі;
- редагування сценарію, усунення всіх видів помилок – неточностей у використанні та поданні фактичного матеріалу, недоліків композиції, логічних і смислових розбіжностей відеоряду й тексту, стилістичних, орфографічних і пунктуаційних помилок;
- партитура тексту;
- добір і підготовка матеріалів для музичного та звукового оформлення;
- проведення репетицій і передінтерв'ю (за потреби).

3. Виробничий етап. Студент повинен описати, які функції він виконував у ході знімання, монтажу, озвучування, редагування готового продукту та опублікування.

Якщо предметом магістерської роботи є рекламна або PR-кампанія, то здобувач описує етапи своєї роботи, що викладені нижче.

1. Підготовчий етап:

- планування та розроблення концепції; для PR-кампанії – мета, потреба в PR-кампанії, ситуація на ринку, ситуація в комунікаціях, цільові аудиторії кампанії, основні меседжі, способи впливу на цільові

аудиторії, кошторис, терміни реалізації; для рекламної кампанії – мета, ситуація на ринку, цільова аудиторія, вид рекламних повідомлень, текст рекламних повідомлень, слоган, технічне втілення (друкована реклама, відеоролик, рекламний банер та ін.), кошторис, терміни реалізації;

– опис можливих комунікаційних каналів;

– розроблення календарного плану проведення кампанії.

2. Редакційний етап. Кваліфіканти акцентують на розробленні всіх елементів кампанії, виготовленні друкованих та аудіовізуальних матеріалів, підготовці спеціальних заходів.

3. Виробничий етап. Студент повинен схарактеризувати розміщення виготовлених матеріалів і проведення підготовлених заходів.

4. Підсумковий етап. Кваліфіканти аналізують ефективність кампанії та оцінюють результати.

У ході опису методики продукування творчого доробку необхідно дотримуватися загальних вимог до викладу матеріалу.

1. Обов'язково обґрунтовувати свій опис за допомогою теоретичних джерел, робити покликання на статті, підручники, посібники та інші джерела. Поданий теоретичний матеріал ілюструвати прикладами зі своєї роботи.

2. Завжди аргументувати доцільність вибраних підходів (наприклад, пояснювати, чому вибрано ту чи ту програму для монтажу, шрифти, кольори та ін.).

3. За змоги подавати перелік різноманітних класифікацій або ж покликання, де можна більш докладно ознайомитися з тією чи з тією класифікацією. Необхідно обов'язково зазначити, які саме елементи наявні у власному проєкті.

4. Постійно робити акцент на виді видання, від чого залежать особливості його створення та оформлення.

5. Необхідно докладно описувати, які саме види робіт виконав студент у ході розроблення власного доробку. Кваліфіканти можуть виконувати не всі види робіт. Наприклад: створення вебсайту потребує залучення великої кількості фахівців – контент-менеджера (редактора сайту), вебдизайнера, розробника (програміста), адміністратора (модератора), спеціаліста з оптимізації сайту (аналітика) та ін. У ході виконання творчого проєкту студенти можуть виконувати функційні обов'язки або одного фахівця, або одночасно кількох. Так, розробником й адміністратором сайту може бути ІТ-фахівець, а магістрант-медійник – готувати контент. У таких випадках необхідно зазначити, хто і яку функцію виконував, яка роль студента в цьому процесі (налагодження співпраці з фотографом, запрошення до співпраці художника-дизайнера, замовлення



оригіналів ілюстрацій до видання, спільний монтаж відеоролика з режисером, контроль роботи оператора під час знімання відео та ін.).

Варто наголосити на потенційних труднощах, які виникають у ході виконання авторського доробку, наприклад: проблеми з технікою, ускладнене спілкування з джерелами інформації, недостатній обсяг робочого матеріалу, некоректний кольороподіл або нечитабельність тексту внаслідок неправильного добору кольорів шрифту й фону для друкованої продукції, виявлені відхилення від запланованої конструкції в ході тестування вебсайту, погіршення якості після виведення відео з програми монтажу та ін. Обов'язково необхідно зазначити, як студент подолав ці труднощі.

Висновки до розділу потрібно сформулювати в кінці кожного розділу окремим підпунктом, де стисло викласти наукові й практичні результати. Це дає змогу не переобтяжувати загальні висновки другорядними подробицями. Висновки до розділу повинні бути увідповіднені з параграфами цього розділу.

Висновки – послідовний, логічно структурований виклад отриманих результатів дослідження. Ця частина тексту має бути обов'язково синхронізованою з метою та конкретним завданням, сформульованим у вступі.

Список використаних джерел – бібліографічний опис опрацьованої наукової літератури, оформлений відповідно до чинного стандарту ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання».

Додатки містять матеріал, оформлений згідно з такими критеріями:

– відомості необхідні для повноти роботи, їх включення до основної частини наукової роботи може змінити впорядковане й логічне уявлення про дослідження;

– матеріал не може бути розміщений в основній частині роботи через великий обсяг або способи його відтворення (оригінали фотографій, візитівок, буклетів, афіш, мерч, відео- та аудіозапис та ін.);

– фактичний матеріал, який опрацьовував автор – оригінали анкет (у разі проведення анкетного опитування); зразки оформлення продукції; записи досліджуваних аудіо- чи відеоматеріалів; ілюстрації допоміжного характеру; таблиці допоміжних цифрових даних; інструкції та методики тощо.

Рецензування та захист магістерської роботи. Передбачено зовнішнє рецензування роботи представником медійної організації або науковцем.

Для успішного захисту необхідно підготувати усний виступ обсягом 2–3 сторінки друкованого тексту, що відображає структуру й сутність роботи, аргументує науково-практичну цінність дослідження, стисло представляє змістове наповнення розділів, акцентує на зроблених у ході наукового пошуку висновках. Студент має візуалізувати такий виступ за допомогою самостійно підготовленої презентації. Результати роботи представляють у присутності Державної екзаменаційної комісії зі складу викладачів фахової кафедри та запрошеного голови комісії (науковці з інших закладів, роботодавці, інші стейкхолдери).

На кафедрі журналістики, реклами та PR-технологій запроваджено публічні захисти кваліфікаційних проєктів із запрошенням широкого кола осіб – громадськості, влади, стейкхолдерів, студентів, викладачів та ін. Зокрема, у червні 2024 року студенти захищали кваліфікаційні роботи в Черкаській міській раді. Цей захід був організований за співпраці з Департаментом освіти та гуманітарної політики. Такий формат публічності посилює професійну відповідальність студента, допомагає продемонструвати професійний вишкіл, сприяє комунікації зі стейкхолдерами, уможливорює потенційні пропозиції щодо працевлаштування від роботодавців, запрошених на процедуру захисту. Новину про таку подію розміщено на сайті ЧНУ ім. Б. Хмельницького (<http://surl.li/zujwjo>).

Висновки. Інтегрованою випускною кваліфікаційною роботою магістрантів-медійників є інноваційний проєкт, що містить дослідницький компонент, орієнтований на аналіз теоретичних явищ і медійних реалій, а також передбачає виготовлення авторського творчого доробку. Студент виготовляє власний продукт та описує його за такою структурою: науково-теоретичні засади вивчення проблеми; аналіз подібних проєктів, які функціують на інформаційному ринку; опис методики продукування авторського проєкту.

Перспективи дослідження пов'язані з подальшою трансформацією методів організації наукової діяльності студентів, зокрема під час підготовки кваліфікаційної роботи здобувачами ступеня «магістр», які навчаються за спеціальністю «Журналістика». Науково рентабельними є й такі проблемні аспекти, як компаративний аналіз структурно-змістового наповнення кваліфікаційних проєктів у суміжних гуманітарних сферах, систематизація актуальних наукових тем із журналістики, моніторинг потреб стейкхолдерів та виконуваних практичних проєктів тощо.

Література:

1. Бондаренко Т., Ковтун Н. Методи і прийоми журналістської праці. Черкаси: ПП Чабаненко, 2013. 178 с.



2. Масімова Л. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра: методичні матеріали для студентів спеціальності 061 Журналістика. Київ: Видавництво «Білий Тигр», 2017. 30 с. URL: [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23189/1/merged%20\(1\).pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23189/1/merged%20(1).pdf) (дата звернення: 12.08.2024).

3. Методичні рекомендації до виконання дипломної роботи магістра для студентів відділення журналістики Ужгородського національного університету / Авт. кол.: Бідзіля Ю. М., Соломін Є. О., Шаповалова Г. В., Шаркань В. В., Шебештян Я. М. Ужгород, 2021. 46 с. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/36357> (дата звернення: 12.08.2024).

4. Методичні рекомендації щодо виконання кваліфікаційної роботи для студентів другого (магістерського) рівня освіти спеціальності 061 «Журналістика» (освітньо-професійна та освітньо-наукова програми «Видавнича справа та медіакомунікації») / уклад. О. Левицька, Г. Листвак; за ред. Н. Зелінської. Львів: Українська академія друкарства, 2020. 32 с. URL: <http://surl.li/dfxsff> (дата звернення: 12.08.2024).

5. Михайлин І. Л. Науково-дослідна робота студента з журналістики : методичні матеріали для студентів із спеціальності «Журналістика». 2-е вид., випр. і допов. Харків : Харківське історико-філологічне товариство, 2010. 92 с.

6. Освітньо-професійна програма «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації» Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Черкаси, 2023. URL: <https://drive.google.com/file/d/1VidOMJvkWqE-lpCdWrEEs02CqNHA1b4T/view> (дата звернення: 15.08.2024).

7. Положення про курсові й кваліфікаційні роботи у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького. Черкаси, 2024. 22 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1FYOnwJyfARqMSxkstXjd0mJ0brjeGjsa/view> (дата звернення: 14.08.2024).

8. Різун В., Скотникова Т. Методи наукових досліджень у журналістико-знавстві: навч. посіб. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Преса України, 2008. 144 с.

9. Різун В., Скотникова Т. Методи соціальнокомунікаційних досліджень. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Том 52 (липень – вересень). С. 49–53.

10. Стандарт вищої освіти: рівень вищої освіти – другий (магістерський), ступінь вищої освіти – магістр, галузь знань 06 Журналістика, спеціальність 061 Журналістика. Вид. офіц. Київ, 2022. 15 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2022/11/11/061-Zhurnalistyka.mahistr-994-08.11.2022.pdf> (дата звернення: 14.08.2024).

11. Студентська науково-дослідницька робота (нормативно-методичні рекомендації) / Упорядник: М. П. Присяжний. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. 59 с.

12. Холод О. Методологія досліджень соціальних комунікацій: підручник. Львів: ПАІС, 2014. 280 с.

13. Шаповалова Г. В., Шебештян Я. М. Гостримо перо. Основи журналістико-знавчих розвідок. Ужгород : Карпати, 2012. 166 с.

14. Шевченко В. Методологія проведення медіадосліджень: конспект лекцій для студентів ОПП «Цифрові медіа» з дисципліни Візуалізація даних у наукових і журналістських дослідженнях. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 54 с.

References:

1. Bondarenko, T., & Kovtun, N. (2013). *Metody i pryjomy zhurnalistskoyi praci* [Methods and techniques of journalistic work]. Cherkasy : PP Chabanenko [in Ukrainian].
2. Masimova, L. (2017). *Metodychni rekomendaciyi do vykonannya kvalifikacijnoyi roboty magistra: metodychni materialy dlya studentiv specialnosti 061 Zhurnalistyka* [Methodological recommendations for completing the master's qualification work: methodical materials for students of the specialty 061 Journalism]. Kyiv : Vydavnytstvo «Bilyj Tygr». Retrieved from [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23189/1/merged%20\(1\).pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23189/1/merged%20(1).pdf) [in Ukrainian].
3. Bidzilya, Yu. M., Solomin, Ye. O., Shapovalova, G. V., Sharkan, V. V., & Shebeshtyan Ya. M. (2021). *Metodychni rekomendaciyi do vykonannya dyploumnoyi roboty magistra dlya studentiv viddilennya zhurnalistyky Uzhgorodskogo nacionalnogo universytetu* [Methodological recommendations for completing a master's thesis for students of the Department of Journalism of the Uzhhorod National University]. Uzhgorod. Retrieved from <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/36357> [in Ukrainian].
4. Zeligska, N., Levyczka, O., & Lystvak, G. (2020). *Metodychni rekomendaciyi shhodo vykonannya kvalifikacijnoyi roboty dlya studentiv drugogo (magisters`kogo) rivnya osvity specialnosti 061 «Zhurnalistyka» (osvitno-profesijna ta osvitno-naukova programy «Vydavnycha sprava ta mediakomunikaciyi»)* [Methodological recommendations for the performance of qualifying work for students of the second (master's) level of education, specialty 061 «Journalism» (educational-professional and educational-scientific programs «Publishing and media communications»)]. Lviv: Ukrayinska akademiya drukarstva. Retrieved from <http://surl.li/dfxsff> [in Ukrainian].
5. Myxajlyn, I. L. (2010). *Naukovo-doslidna robota studenta z zhurnalistyky : metodychni materialy dlya studentiv iz specialnosti «Zhurnalistyka»* [Research work of a journalism student: methodological materials for students majoring in «Journalism»]. 2-e vyd., vypr. i dopov. Xarkiv: Xarkivske istoriko-filologichne tovarystvo [in Ukrainian].
6. *Osvitno-profesijna programa «Cyfrovi media, reklamni ta PR-komunikaciyi» Cherkaskogo nacionalnogo universytetu imeni Bogdana Xmelnyczkogo. (2023).* [Educational and professional program «Digital media, advertising and PR communications» of Bohdan Khmelnytskyi Cherkasy National University]. Cherkasy. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1VidOMJvkqwqE-lpCdWrEEs02CqNHA1b4T/view> [in Ukrainian].
7. *Polozhennya pro kursovi j kvalifikacijni roboty u Cherkaskomu nacionalnomu universyteti imeni Bogdana Xmelnyczkogo. (2024).* [Regulations on coursework and qualification work at the Cherkasy National University named after Bohdan Khmelnytskyi]. Cherkasy. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1FYOnwJyfARqMSxkstXjd0mJ0brjeGjsa/view> [in Ukrainian].
8. Rizun, V., & Skotnykova, T. (2008). *Metody naukovyx doslidzhen u zhurnalistykoznavstvi* [Methods of scientific research in journalism]. 2-e vyd., pererob. i dop. Kyiv: Presa Ukrayiny [in Ukrainian].
9. Rizun, V., & Skotnykova, T. (2013). *Metody socialnokomunikacijnyx doslidzhen* [Methods of social communication research]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. Tom 52 (lypen – veresen). 49–53* [in Ukrainian].
10. *Standart vyshhoyi osvity: riven vyshhoyi osvity – drugyj (magisterskyj), stupin vyshhoyi osvity – magistr, galuz znan 06 Zhurnalistyka, specialnist 061 Zhurnalistyka. (2022).* [Standard of higher education: level of higher education – second (master's), degree of higher education – master's, field of knowledge 06 Journalism, specialty 061 Journalism]. Kyiv. Retrieved from <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2022/11/11/061-Zhurnalistyka.mahistr-994-08.11.2022.pdf> [in Ukrainian].



11. Prsyazhnyj, M. P. (2012). Studentska naukovo-doslidnyczka robota (normatyvno-metodychni rekomendaciyi) [Student research work (normative and methodical recommendations)]. Lviv: Lvivskyj nacionalnyj universytet imeni Ivana Franka [in Ukrainian].

12. Xolod, O. (2014). Metodologiya doslidzhen socialnyx komunikacij [Methodology of social communications research]. Lviv: PAIS [in Ukrainian].

13. Shapovalova, G. V., & Shebeshtyan, Ya. M. (2012). Gostryimo pero. Osnovy zhurnalistykoznnavchyx rozvidok [Sharpen the pen. Basics of investigative journalism]. Uzhgorod: Karpaty [in Ukrainian].

14. Shevchenko, V. (2024). Metodologiya provedennya mediadoslidzhen: konspekt lekcij dlya studentiv OPP «Cyfrovi media» z dyscypliny Vizualizaciya danyx u naukovyx i zhurnalistykyx doslidzhennyax [Methodology of conducting media research: a summary of lectures for students of the OPP «Digital Media» on the discipline Data visualization in scientific and journalistic research]. Kyiv: Navchalno-naukovyj instytut zhurnalistyky [in Ukrainian].