

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

**Навчально-науковий Інститут журналістики**

Кафедра періодичної преси



«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Заступник директора  
з навчально-виховної роботи  
Віталій КОРНЕСВ  
08 \_\_\_\_\_ 2022 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«КУЛЬТУРНІ ІНДУСТРІЇ»**

Для студентів

Галузь знань 06 журналістика  
Спеціальність 061 журналістика  
Освітня програма Арт-медіа  
Освітній рівень магістр  
Вид дисципліни обов'язкова

Форма навчання денна  
Навчальний рік – 2022/2023  
Семестр –2  
Кількість кредитів ECTS– 3  
Мова викладання та оцінювання– українська  
Форма заключного контролю – залік

Викладач: Олександра ЗОРІНА

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н. р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) « » 20\_\_ р.


На 20\_\_/20\_\_ н. р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) « » 20\_\_ р.

**КИЇВ–2022**

Розробники: Олександра ЗОРІНА, кандидат. філософ. наук., доцент кафедри періодичної преси

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри періодичної преси



(Тетяна ПРИСТУПЕНКО)

Протокол № 12 від 30 вересня 2022 року

Схвалено науково-методичною радою Інституту журналістики

Протокол № 1 від 29 серпня 2022 року

Голова науково-методичної ради  (Анастасія ВОЛОБУЄВА)

© Зоріна О.С., 2022 р.

**1. Мета дисципліни:** ознайомити студентів з історією, теорією, технологією культурних індустрій. Ініціювати творчі ідеї художніх проєктів у галузі кінематографії, телебачення, радіо, художніх та фотовиставок, виробництві та комерціалізації змістів, які є нематеріальними і мають культурний характер. Стимулювати студентів брати участь з авторами в розробленні творчо-постановчої аудіо-візуальної творчості (фільми, ТБ, радіо, нові медіа, музика); туризм; спорт; книги и преса; спадщина (музеї, бібліотеки, архіви та історичне середовище); перформативні мистецтва (театр, виконавське мистецтво і танок); візуальні мистецтва (галереї, архітектура, дизайн і ремесла); концепції проєкту, оптимальної тактики його підготовки та реалізації.

**2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни:** 1. Уміти давати кваліфіковану оцінку творчим проєктам ініціативам кінодраматургів, режисерів-постановників, композиторів, кінооператорів, звукорежисерів, артистів, художників, фотографів, літераторів та інших творчих працівників. Брати на себе відповідальність та керівництво за реалізацію художніх проєктів у аудіовізуальній сфері; демонструвати інтелектуальне прагнення до знань та потенціал до продовження художньої та творчої діяльності.

2. Уміти організувати та забезпечувати творчо-постановний та технологічний процеси підготовки, зйомок, монтажу та звукового оформлення аудіовізуального твору, а також його просування в кіно та телеаудиторію; здійснювати керівництво процесом створення та реалізації творчих проєктів у візуальній сфері; об'єднувати та спрямовувати творчо-виробничу діяльність авторів твору (творів) та інших його творців; перетворення творчого та інтелектуального ресурсу в "творчий продукт", наприклад відеофільм, дизайнерську річ і т.д.

### **3. Анотація навчальної дисципліни.**

Дисципліна відноситься до обов'язкових дисциплін магістратури. Викладається на 1 році навчання у 2 семестрі. Для освоєння даної дисципліни необхідні знання, вміння та навички набуті при вивченні попередніх дисциплін: філософія, історія світової культури, історія мистецтв, загальна історія, етика та естетика, основи маркетингу та менеджмент, журналістська майстерність та реклама.

Студент повинен проявити здатність брати участь у розробці маркетингової стратегії організацій, планувати та здійснювати заходи, спрямовані на реалізацію творчого задуму; здатність аналізувати поведінку споживачів АРТ-продукту та формування попиту.

### **4. Завдання (навчальні цілі):**

*Фахові:*

1. повинен знати:

- основи функціонування телебачення;
- основи кіновиробництва;
- основи видавничої та поліграфічної діяльності;
- основи концертної діяльності;
- орієнтуватися в історії мистецтв;
- основи економіки, маркетингу та менеджменту.

2. повинен уміти:

- користуватися термінологічним апаратом курсу під час викладення теоретичних питань;
- ініціювати творчі процеси
- орієнтуватися у законодавчій основі України у сфері ЗМК та авторського права.

3. повинен володіти:
- спеціальною термінологією;
  - навичками публічного виступу.

*Загальні:*

- проявити здатність враховувати у професійній діяльності економічні регулятори діяльності телебачення, кіновиробництва, виставкової діяльності та робота ЗМК
- базові засади формування організаційної структури творчих колективів, функції працівників різного посадового статусу та поглибленого кола обов'язків, основи економіки, менеджменту та маркетингу

**5. Результати навчання за дисципліною:**

<b>Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)</b>		<b>Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання</b>	<b>Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)</b>	<b>Відсоток у підсумкові й оцінці з дисципліни</b>
<b>Код</b>	<b>Результат навчання</b>			
<b>1.1</b>	Знати історію та причини виникнення культурних індустрій	Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.	Відповіді на семінарських заняттях, реферати, відповіді під час заліку.	10%
<b>1.2</b>	Знати технологію створення культурно-просвітницького продукту та фази збирання й створення матеріалів	Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.	Відповіді на семінарських заняттях та під час заліку.	20%
<b>1.3</b>	Орієнтуватися у світових тенденціях розвитку культурних індустрій, знати базові принципи формування медіасистем, специфіку різних видів ЗМІ національних моделей	Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.	Відповіді на семінарських заняттях та під час заліку. Власні матеріали.	10%
<b>1.4</b>	Знати правила професійного етикету	Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.	Відповіді на семінарських заняттях, реферати, підготовка власних матеріалів.	10%
<b>2.1</b>	Уміти виявляти справжні причини проблем та намагатися швидко їх усунути без нанесення шкоди	Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.	Відповіді на семінарських заняттях та під	15%

	творчому процесу		час заліку.	
2.2	Знати правові засади роботи маркетолога, автора твору в різних колективах, вміти орієнтуватися в складних ситуаціях.	Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.	Відповіді на семінарських заняттях та під час заліку.	10%
3.	Проявити здатність застосовувати знання основ паблік рілейшнз і реклами у професійній діяльності	Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.	Відповіді на семінарських заняттях та під час заліку.	15%
4.	Вміти розробляти локальний авторський проект, брати участь у розробці, аналізі та корекції створення творчого проекту. Вміти співпрацювати з економічними та технічними службами	Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.	Відповіді на семінарських заняттях, власні матеріали.	10%
	<b>Разом</b>			<b>100%</b>

**6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання** (необов'язково для вибіркових дисциплін, які не входять до блоків спеціалізації)

<b>Результати навчання дисципліни (код)</b>	<b>1.1</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>2.2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Програмні результати навчання (назва)</b>								
ПРН 8. Показувати проблемні питання у діяльності сучасних медіаорганізацій, що виготовляють і поширюють культурно-мистецький контент, з огляду на його роль у міжкультурній комунікації та місії у сучасному інформаційно-світоглядному протистоянні	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ПРН 9. Демонструвати здатність знаходити замовників на проведення дослідження чи розробку інноваційних проектів, враховуючи роль культурно-мистецького продукту в міжкультурній комунікації					✓	✓	✓	✓
ПРН 16. Писати звіт про роботу медійного колективу з викладенням пропозицій щодо поліпшення професійної діяльності з огляду на нові підходи (інфотеймент, інтерактивність, мультимедійні технології тощо) до виготовлення і поширення інформаційного продукту культурно-мистецької тематики.		✓	✓		✓		✓	✓

**7. Форми оцінювання студентів:**

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу та виконання самостійної роботи. Оцінювання проходить за одним модулями: ЗМ-1 – Культурно-мистецький огляд; ЗМ-2 – Державні та недержавні культурні інституції. При простому підрахунку маємо:

	<b>Змістовий модуль 1</b>	<b>Змістовий модуль 2</b>	<b>Залік</b>	<b>Підсумкова оцінка</b>
<b>Мінімум</b>	20	20	20	60
<b>Максимум</b>	40	40	20	100

*Оцінювання за модулями:*

Теоретичні й практичні знання студентів оцінюються у двох модулях за відповідями на семінарських заняттях, підготовленими ними рефератами з історії та класифікації культурних/креативних індустрій. Одна відповідь може бути оцінена в розмірі 5 балів, доповнення чи участь в обговоренні – 2 бали. Підготовка студентами рефератів з історії та класифікації культурних індустрій оцінюється максимально у 10 б.

*Підсумкове оцінювання (у формі заліку)*

Захист проекту (підготовка проекту за методикою УКФ). Максимальна оцінка - 20 балів.

*Критерії оцінки:*

- актуальність у підготовленому матеріалі порушених проблем – 5 балів;
- креативність та новизна ідеї – 5 балів;
- композиційна досконалість, ясність і переконливість викладу запропонованого мистецького проекту – 5 балів;
- грамотність і дотримання мовно-стилістичних норм – 5 балів.

*– умови допуску до підсумкового заліку:*

Для допуску до заліку студентові необхідно набрати не менше 36 балів, а також не пізніше, ніж за три дні до заліку подати викладачеві підготовлений особисто текст проекту.

*Самостійна робота:*

- підготовка студентами рефератів з історії та класифікації культурних індустрій;
- самостійне дослідження актуальних проблем, що мають суспільну значущість і підготовка відповідних матеріалів, пошук однодумців (соратників) для втілення задуму.

**Шкала відповідності оцінок:**

<b>Відмінно / Excellent</b>	90-100
<b>Добре / Good</b>	75-89
<b>Задовільно / Satisfactory</b>	60-74
<b>Незадовільно / Fail</b>	0-59
<b>Зараховано / Passed</b>	60-100
<b>Не зараховано / Fail</b>	0-59

### 8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій:

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Семінарські заняття	Самостійна робота
<i>Змістовий модуль №1 Культурно-мистецький огляд</i>				
1-2.	Тема 1. Культурні та креативні індустрії: історія виникнення, формування сучасної термінології, проблема класифікації	2	2	4
3.	Тема 2. Міжнародні програми розвитку креативних індустрій: Creative Europe, Culture Bridges, Eurimages, програма «Східне партнерство».	2	2	6
<i>Змістовий модуль №1 Державні та недержавні культурні інституції</i>				
4.	Тема 3. Здійснення державної політики в культурному секторі. Державна інституціоналізація культурного сектору: УКФ, Інститут книги, Держкіно, Український інститут	2	2	8
5.	Тема 4. Нові інструменти фінансової підтримки державних і недержавних культурних інституцій.	2	2	4
6.	Тема 5. Гранти від УКФ, діяльність Ради з підтримки кінематографії при Державному агентстві України з питань кіно: конкурси та пітчінги для гравців кіноринку, грантові програми Інституту книги	2	2	6
7.	Тема 6. Присутність українського культурного продукту на міжнародних ринках	2	2	6
8.	Тема 7. Стратегічне планування щодо розвитку окремих секторів культури			6
	Залік: Захист проекту (підготовка проекту за методикою УКФ)			20
<b>Всього</b>		<b>14</b>	<b>14</b>	<b>60</b>
<b>Загальний обсяг – 90 год., у тому числі:</b> <b>Лекційних - 14 год.,</b> <b>Семінарських занять – 14 год.,</b> <b>Консультація – 2 год.,</b> <b>Самостійна робота - 60 год.</b>				

#### Рекомендована література:

#### Основна: (Базова)

1. Антошкіна Л.І. Креативні індустрії: проблеми і перспективи розвитку [Електронний ресурс] / Л.І. Антошкіна // Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/1783/1>.
2. Брикова І. В. Роль креативних регіонів у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності країн в умовах глобалізації / І. В. Брикова // Міжнародна економічна політика: наук. журн. / М-во освіти і науки, молоді та

- спорту України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; голов. ред. Д. Лук'яненко. – К.: КНЕУ, 2011. – Вип. №1–2(14–15). – С. 211–245.
3. Валевський О. Актуальні проблеми правового забезпечення державної культурної політики: аналітична записка / О. Валевський; НІСД. – 2017. – Режим доступу: [www.niss.gov.ua/-content/articles/files/kultur\\_polityka-845b5.pdf](http://www.niss.gov.ua/-content/articles/files/kultur_polityka-845b5.pdf)
  4. Закон України «Про культуру» № 2778-17 від 13.10.2017. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>.
  5. Індикатори впливу культури на розвиток. Короткий аналітичний огляд щодо України. – 2017. – 47 с. – Режим доступу: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv\\_C&C\\_photo\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf).
  6. Керн П., Воробей В. Функціональний огляд Міністерства культури України, (2017 р.), KEAEuropeanAffairs, PPVKnowledgeNetworks, 7. Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», Київ.
  7. Культура та креативність для порозуміння та розвитку : Стратегія Українського культурного фонду на 2019-2021 роки. – <https://ucf.in.ua/storage/docs/12022019>
  8. Орловська В.С. Еволюція міських функцій XIX–XXст. В процесі глобалізації / В. С. Орловська // Економічний простір. – 2011. – №40. – С. 42–56.
  9. Ревчун Б.Г. Від «креативної економіки» до «креативного суспільства» / Б. Г. Ревчук // Економіка України: щомісячний політико-правовий. – 2010. – №11. – С. 70–78.
  10. Свидрук І.І. Креативний менеджмент. Навч. посібник. – К.: Цент учбової літератури, 2012. – 224 с.
  11. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці : монографія / С.І. Соколенко. – К.: Логос, 2004. – 848 с.
  12. Як писати про культуру? : збірник есеїв і лекцій /Д.Бадьйор, М.Савка, А.Бондар [та ін.]. – К.: ВД «АДЕФ-Україна», 2015.

Додаткова:

1. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку: монографія / В.Д Базилевич, В.В Ільїн. – К.: Знання, 2008. – 687 с.
2. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс. – М.: Издательский дом «Классика XXI». – 2011. – 205 с.
2. Чуль О.М. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія / І.М. Вахович, О.М. Чуль. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 288 с.