

Проблеми підготовки педагогів професійної освіти: теорія і практика: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Львів, 25 листопада 2016 року); за заг. ред. Ю.М. Козловського, Л.Л. Сушенцевої. – Львів., ПП «Ощипок П.П.». 2016 р. – 259 с., С. 40–43.

6. Сергєєва Л.М. Експериментальний педагогічний майданчик: від теорії до практики впровадження., Л.М. Сергєєва., Методичний вісник, КПГТЛ, 2017., № 1., С. 3-6.



УДК: 378+82-92:330(477)(045)

**ЕКОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА  
ЯК КОНЦЕПТ ОСВІТНЬОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ ПРОГРАМИ / ECONOMIC JOURNALISM AS A CONCEPT OF A  
MASTER'S DEGREE EDUCATIONAL PROGRAMME**

**Зикун Н., д-р наук із соц. комун., проф.  
Університет державної фіскальної служби України**

**Учасник конференції**

*У статті аналізується еволюція підходів до професійної підготовки журналіста. Автором обґрунтовується доцільність в умовах складно структурованого суспільного середовища спеціалізації журналістів (крім технологічної, за видами ЗМІ – на теле-, радіо-, інтернет-журналістику, друковані ЗМІ) за проблемно-тематичними принципом. Вона покликана підвищити якість контенту ЗМІ, усунути проблему браку спеціальних знань у журналістів про ту чи іншу суспільну сферу, сприяти ефективності економічної журналістики.*

*Окреслюється зміст поняття «економічна журналістика», уточнюються її функції і завдання. Економічна журналістика розглядається як інструмент взаємодії суспільства, бізнесу й держави, важливий чинник розвитку демократизаційних і ринкових процесів. Доводиться інституційний характер економічної журналістики.*

*Визначаються змістові орієнтири інтегрованої освітньої магістерської програми підготовки економічних журналістів, що передбачає поєднання у професійній підготовці власне журналістського й економічного блоків знань із залученням даних про процеси в суміжних суспільних галузях. Виокремлюються основні професійні компетентності економічного журналіста.*

**Ключові слова:** журналістська освіта, освітня програма підготовки магістрів, проблемно-тематична спеціалізація журналіста, економічна журналістика.

*The article analyzes the approaches evolution to the professional training of a journalist. The author justifies the need for the specialization of journalists under the conditions of the complex structured social environment (except for technical, by type of mass media – into the TV, radio, Internet journalism, and print media) according to the problem and thematic principle. It is aimed to improve the quality of the mass media content, to eliminate the problem of the lack of specific knowledge about a certain public sphere the journalists are supposed to face, to contribute to the effectiveness of economic journalism.*

*The author defines the content of the “economic journalism” concept, specifies its functions and tasks. Economic journalism is seen as the instrument for the cooperation of society, business and the state, the essential factor for their democratization as well as for the democratization of the market-based processes. The institutional nature of economic journalism is being proved.*

*The author defines the content-based targets of the integrated educational Master's degree programme for the training of economic journalists, which provides for the combination of journalistic and economic bodies of knowledge in professional training, covering the data on the processes occurring in the related social spheres. The basic professional competences of an economic journalist are singled out.*

**Keywords:** journalistic education, educational Master's degree programme, problem and thematic specialization of a journalist, economic journalism.

Початок ХХІ століття ознаменувався новими тенденціями у різних сферах суспільного розвитку – від економічно-політичних до соціально-гуманітарних, інформаційних, що зумовило формування низки сучасних трендів, зокрема й освітніх. Джерелом і каталізатором їхнього розвитку є глобалізаційні процеси, які надають останнім масштабності, загальносвітового характеру з відчутним впливом національно-державної специфіки. Повною мірою це стосується і трендів у професійній підготовці журналіста, фахівця для роботи з інформацією, медіапрацівника.

Актуальність дослідження проблем професійної журналістської освіти визначається також постійним оновленням сучасного інформаційно-комунікаційного простору з використанням принципово нового медіаінструментарію, усе відчутнішим впливом медіакультури на суспільні відносини. Особливості підготовки журналістів, ключові питання формування їхніх професійних компетенцій і майстерності висвітлювали як українські, так і зарубіжні автори: В. Березін, В. Болотов, В. Ворошилов, Я. Засурський, В. Здоровега, С. Корконосенко, О. Короченський, І. Михайлин, В. Різун, В. Фатєєва, В. Шкляр та інші. Нині у контексті суспільних змін, реформування вищої освіти зростає інтерес до окремих аспектів журналістської освіти, зокрема нового розуміння професійних спеціалізацій.

Метою статті є уточнення функцій і завдань економічної журналістики; з'ясування змістового наповнення економічної журналістики як концепту освітньої магістерської програми, обґрунтування доцільності проблемно-тематичної спеціалізації «Економічна журналістика» для підготовки за освітнім ступенем магістра.

Уже понад сотню років тривають суперечки про те, чому, як і скільки необхідно навчати майбутніх журналістів. На думку окремих практиків, медіаіндустрії потрібні активні, комунікабельні журналісти, які готові працювати в умовах конвергентної журналістики, тобто володіють усіма виробничими циклами, швидко орієнтуються в ситуації, знаходять новини, розуміються на матеріалі. Вищі навчальні заклади, на думку деяких роботодавців, надто розтягуючи в часі журналістську підготовку, випускають переважно фахівців загального профілю, які погано розуміють потреби ринку. Викладачі ж, не відкидаючи цілком логіку такого прагматичного підходу, наполягають на необхідності формування у майбутнього журналіста, крім умінь і навичок, широкого кругозору, глибокої теоретичної бази, вміння працювати в швидкозмінних умовах. Адже ще ініціатор так званих «журналістських шкіл» Дж. Пулітцер, визнаючи природні здібності ключем до успіхів у кожній галузі,

аргументував необхідність спеціальної і загальної підготовки [Цит. за 5]. Якщо раніше журналістом міг стати представник будь-якої професії, що мав легке перо і потяг до творчості, то ускладнення процесу виготовлення газети і журналу вимагало знання технологій, професійної освіти. Особливо гостро цю необхідність усвідомили на межі XIX і XX ст., коли в різних країнах світу майже одночасно почали виникати навчальні заклади, що здійснювали підготовку спеціалістів для друкованих ЗМІ. Вони довели безперечно істину: навчати молодь повинні професійні науковці й викладачі. А вже далеко не завжди талант журналіста поєднувався з талантом учителя в одній особі, тому виникла потреба введення журналістики в традиційну систему університетської освіти.

Саме ВНЗ нині забезпечують системну, глибоку й комплексну підготовку майбутнього журналіста, що сприятиме його орієнтуванню в інформаційно-ідеологічному, соціально-політичному, культурному просторі (озброюючи знаннями щодо теорії інформації й масової комунікації, сучасних комунікаційних технологій, методики роботи з текстами, жанрового розмаїття, специфіки діяльності в усіх типах ЗМІ в умовах конвергентної журналістики, сучасних трендів та інструментів медіа; подаючи діахронічний нарис розвитку журналістики й публіцистики; ознайомлюючи зі стандартами журналістського фаху тощо).

Традиційно після засвоєння на початкових курсах бакалаврату сукупності загальнопрофесійних знань у журналістських вишах журналістська спеціалізація ґрунтується переважно на типах ЗМІ (як каналах трансляції інформації) – виокремлюються пресова журналістика; теле- й радіожурналістика; Інтернет-журналістика. Однак така значною мірою «технологічна» спеціалізація в інформаційну епоху уже недостатня для адекватного відображення складно структурованого суспільного середовища і життя, не відповідає високим вимогам до медійника. Однією із вад сучасних медіаматеріалів є неякісний контент як наслідок браку спеціальних знань у журналістів про ту чи іншу висвітлювану ними суспільну сферу, відставання їхніх знань від стрімких змін суспільної практики.

У так званій діловій журналістиці строкату соціальну інформацію, якою оперують у медіа, залежно від її джерела – певної суспільної сфери, традиційно й виправданно класифікують на економічну, політичну, технічну, духовну, військову, торговельну, наукову тощо. Ці види інформації добре корелюють із масивом основних суспільних проблем. Протягом тривалого часу підготувати майбутнього журналіста до професійного їх відображення був покликаний курс «Проблематика ЗМІ», поширений в українських журналістських вишах і загалом на пострадянському просторі, у якому сходилися «основні лінії теоретичного знання із різних сфер і концентрувалися навколо конкретних проблемно-тематичних напрямів журналістської практики» [9, с. 4]. У межах його програми розглядалися завдання й підходи до відображення таких суспільних проблем, як демографічні, міграційні, екологічні, соціальні, політичні, економічні, культурологічні, релігійні, спортивні, гендерні, інші. Специфіка висвітлення одних цілком могла бути описана на рівні окремої теми в структурі курсу. Інші потребували більш розгорнутого викладення у форматі спецкурсу. Аналіз навчальних планів підготовки бакалаврів журналістики в різних вишах дав підстави сформувати орієнтовний перелік найпоширеніших курсів, серед яких: політична журналістика, економічна журналістика, спортивна журналістика, релігійна журналістика, військова журналістика, тревел-журналістика тощо. Очевидно, що такі курси є інтродуктивними, радше рекламно-демонстраційними, їхнє завдання полягає у допомозі студентові визначитися із своїми тематичними зацікавленнями на майбутнє та окресленні основних проблем відображуваної сфери.

Окремі ж із проблемно-тематичних напрямів потребують серйозної й системної підготовки майбутнього журналіста, його соціальної спеціалізації. Нині можна говорити про доцільність типологізації журналістики на підставі соціально-політичного контенту, зумовлену необхідністю осмисленої інтерпретації соціального досвіду [11]. В її основу має бути покладена проблемно-тематична (або, як ще її називають, предметно-тематична [5, с. 2]) складова з урахуванням характеристик і очікувань аудиторії. Це повною мірою стосується економічної й проблематики, а отже – економічної журналістики.

Інформаційна діяльність завжди тісно була пов'язана з економікою – інформаційні листки банківського дому Футгерів можна вважати своєрідними попередниками економічних видань. Торговельні агенти аугсбурзького банкірського дому Футгерів, що мали фінансові інтереси в багатьох країнах Європи і кредитували європейських монархів, служили кореспондентами в промислових центрах Європи. Вони збирали й постачали Футгерам інформацію ділового, політичного і загального характеру. Опрацьовані, систематизовані й охайно переписані їхні повідомлення стали своєрідними рукописними газетами періоду 1568–1605 рр. [8]. Значною мірою економічна, точніше фінансова, інформація стала ключовою для формування самостійності журналістської діяльності як такої й, на думку дослідників, однією із історичних передумов економічної журналістики [1, с. 172].

Економічну журналістику лаконічно визначають як «пошук, аналіз і викладення інформації про економіку» [4, с. 15]. До функцій економічної журналістики відносять: аналіз головних подій у країні та їхній вплив на ділове життя; транслявання міжнародних економічних новин; аналіз соціальних проблем, пов'язаних із економічними змінами; поширення економічного досвіду; розширення ділового кругозору; подання аудиторії оперативної економічної інформації; аналіз впливу економічної інформації на економіку; формування ідеології бізнесу [3]. Називають і такі напрями діяльності економічного журналіста, як: відбір, адаптування й донесення до аудиторії інформації, джерелом якої є спеціалізовані економічні часописи, довідники, а також зовнішньої інформації про світову економіку; забезпечення ефективного інформаційного обміну між населенням і бізнесом; поширення інформації економічного характеру, продукуюваної НДІ стратегічного розвитку і прогнозування, консалтинговими групами, агентствами й експертами [2, с. 2].

Досвід країн, орієнтованих на розвиток громадянського суспільства й демократичних основ суспільного розвитку, засвідчує зростання уваги до економічної інформації, економічних явищ у країні й світі, економічних прогнозів. Економічна обізнаність громадян, розуміння сутності економічних процесів, за оцінками дослідників, є одним із чинників демократизаційних змін, сформованості громадянського суспільства. Якісна економічна медійна інформація сприяє контролюванню громадянами дій уряду й підприємців, забезпечує прозорість управління державними фінансами, сприяє подоланню корупційних явищ. Розширюється й коло функцій сучасної економічної журналістики, яка покликана не тільки відображати економічні процеси, явища, факти, надавати інформацію економічного характеру адресатам, а й формувати загальну картину економічного сегменту суспільства, формувати економічну свідомість і культуру. Сучасну практичну економічну журналістику кваліфікують і як «компонент інфраструктури ринкової економіки» [6].

Про її інституційний характер свідчить і поява низки підручників і навчальних посібників<sup>1</sup>.

В українському журналістському сформувався достатньо потужний пул економічних журналістів (Ю. Самаєва («Дзеркало

<sup>1</sup> Економічна журналістика: новації західної преси: посібник / Вид. 2-ге, оновл. – Київ., ВЦ «Софія-А», 2005. – 111 с.; Шевчук Д.А. Экономическая журналистика: учеб.-практ. пособие., Д. Шевчук. – Москва., ГроссМедиа, 2008. – 568 с.; Экономическая журналистика: пособие., В. Иванов, И. Полтавец, О. Хоменок. – Киев., Центр Свободной Прессы, 2012. – 90 с.; Барановский К. Финансовая журналистика. Деньги говорят. – Нижний Новгород, 2016. – 100 с.

тжня»), А. Блінов (економічний оглядач «РадиоВести», Д. Кошовий (ІА «Інтерфакс-України»), В. Садовничий (FinClub), В. Вербяний (Bloomberg news) та інші). Журналістів, що працюють в економічних виданнях для професіоналів, можна віднести до експертної, елітарної верстви журналістського цеху [7, с. 7]. Однак їх критично мало, аби економічна журналістика стала впливовою й результативною. Економічні теми не є мейнстрімними в українському медіадискурсі. Через їхню складність автори за них беруться неохоче, не виявляють належної зацікавленості у таких публікаціях і редакції. На жаль, подеколи простежується поверховість відображення економічних питань, непрофесійність, а інколи й тенденційність – під впливом влади або інших зацікавлених осіб. Також варто вказати на фрагментарність відображення економічного дискурсу, проблемою є відсутність повної загальної економічної картини у ЗМІ – автори охочіше відображають знакові, масштабні події, поза увагою залишаються не менш важливі, однак менш виражені події регіонального масштабу. Обмеженим є коло споживачів і якісної економічної аналітики через складність викладення інформації, її недоступність для широкого читача. Економічна журналістика, як інструмент взаємодії суспільства, бізнесу й держави, має, на думку експертів, носити масовий, народний характер [7, с. 3]. Актуальним завданням в Україні, таким чином, можна вважати популяризацію тематичної проблематики, сприяння розвитку економічної журналістики. Усвідомлення цього маємо у різних країнах. Так, показово стійким і тривалим є інтерес до економічної журналістики як інструменту формування фінансової грамотності населення, як фактору стабільності й боротьби з бідністю, чинника й індикатора розвитку ринкової економіки у деяких пострадянських державах, зокрема у Киргизстані. З 2011 року ці питання активно обговорювалися у Бішкеку за участі органів державного управління, бізнесу, громадських організацій, закладів освіти, ЗМІ Киргизстану, Азербайджану, Білорусі, Грузії, Казахстану, Росії, Таджикистану, Туркменістану, Узбекистану, України, Чехії, Франції і США у форматі міжнародних конференцій, круглих столів, семінарів [7].

Серед цілей першої міжнародної конференції «Фінансова грамотність й економічна журналістика як фактори стабільності й боротьби з бідністю» у Киргизькій Республіці (жовтень 2011 р.) були й такі, як: обмін інформацією про стан економічної журналістики, пошуки нових форм і шляхів її розвитку; вироблення рекомендацій щодо покращення висвітлення економіки в ЗМІ». Учасники конференції визнали необхідність посилення економічного й фінансового контенту у країнах-учасниках, розширення тематичного діапазону; вказали на необхідність підвищення професіоналізму журналістів, які відображають цю сферу; підкреслили, що саме журналісти можуть спрямовувати інформаційні інтереси й смаки аудиторії, популяризувати економічні й фінансові теми.

Важливим є визнання учасниками форуму необхідності додаткової економічної освіти, економічних знань у журналістів – як у форматі навчання у ВНЗ, так і без відриву від професійної діяльності. Заслугує на увагу й низка рекомендацій редакціям ЗМІ для роботи з економічною інформацією: налагодження співпраці з експертами; сприяння створенню аналітичним продуктам і проведенню журналістських розслідувань (за прикладом Грузії); посилення «зворотного зв'язку» із адресатами інформації; зміна акцентів у журналістській підготовці – з філологічних на економічні предмети.

Подеколи виникає запитання, чи не буде кращим результат за умови роботи у журналістиці випускників економічних спеціальностей. Відповідь дає А. Підлущкий, головний редактор видання «РБК-Україна»: «Рідко випускник хорошого ВНЗ економічного факультету, міжнародної економіки, міжнародних фінансів здатен працювати як журналіст. Він не мислить як журналіст, а працює у звичних схемах і моделях» [10]. Однак з огляду на певний роз'яснювальний характер економічної журналістики виправданим є залучення експертів-економістів, які за результатами опитувань [7, с. 3], краще доносять непідготовленій аудиторії сутність ринкової економіки в ЗМІ, аніж журналісти.

Отже, стає очевидною необхідність сформованості двох блоків різнопланових знань і навичок у майбутнього журналіста: власне журналістських і економічних, єдність яких і забезпечить належний рівень професійної підготовленості. Тому закономірним було відкриття в Університеті державної фіскальної служби України спеціальності «журналістика» із перспективою запровадження магістерської програми «Економічна журналістика». Відмінності її від інших подібних програм полягає у тому, що студенти-бакалаври отримуватимуть актуальні знання для діяльності в умовах конвергентності та мультимедійності ЗМІ, роботи на різних медіа-платформах, а також у прес-службах організацій та установ з орієнтованістю на фахове відображення насамперед таких сегментів суспільного життя, як фінансово-економічний, зокрема оподаткування, аудит, фінансові розслідування, митна справа, на організацію комунікацій Державної фіскальної служби України із громадянами та представниками бізнесу тощо. Нині в Україні є нагальна потреба в формуванні інформаційного поля про діяльність ДФС, запровадженні ефективних інструментів комунікації з громадянами і бізнесом, налагодженні ефективного діалогу між громадянами та фіскальною службою, формуванні позитивного іміджу відомства, докорінній зміні ставлення населення до діяльності працівників фіскальної сфери.

У сучасних умовах виправдана проблемно-тематична спеціалізація випускників журналістського бакалаврату в магістратурі (за сформованості навичок обробки інформації; засвоєння технології роботи над журналістським текстом тощо) на основі поєднання зусиль двох профільних кафедр: наприклад, журналістської й економічної. Аби збалансувати надання журналістської економічної спеціалізації журналістських і економічних знань, умінь і навичок подеколи практикується підготовка фахівців за інтегрованими спеціальностями: в Економічному університеті Братислави (Словаччина) – «Економічна теорія та економічна журналістика» (Economic Theory and Economic Journalism) [simplex.in.ua/eko-uni-bratislava]; у Гуманітарно-економічній академії (Akademia humanistyczna-ekonomiczna) (м. Лодзь, Польща) – «Політичний маркетинг з елементами журналістики» (магістр) [www.unekostudy.com/.../humanitarno-ekonomiczna-akade..]; в Економічному університеті в Познані (Польща) – «Економічна журналістика і зв'язки з громадськістю» (бакалаврат, магістратура) [http://ue.poznan.pl/en/.. ] та інші.

Економічний журналіст має бути підготовлений до доступного, кваліфікованого й переконливого інформування про складні економічні питання пересічному читачеві, широкій аудиторії. Це потребує сформованості аналітичного критичного мислення; глибокого знання закономірностей розвитку економічної сфери (формування бюджету й витрачання бюджетних коштів, принципи оподаткування, курси валют, фондовий ринок, кредитні портфелі банків, бізнес і підприємництво, ринок, формування цін в умовах ринкової економіки, відсотки і дивіденди, імпорту – експорту, монополія, конкуренція, системи офшорів, відмивання грошей, рейдерські атаки тощо); володіння методологією аналізу економічних явищ і процесів; оперування цифровими даними, статистичною інформацією; уміння працювати з джерелами інформації, взаємодіяти з ньюсмейкерами, прес-службами.

Таким чином, економічна журналістика як основа освітньої магістерської програми носить інтегрований характер, передбачає поєднання у професійній підготовці журналіста двох змістових блоків знань – власне журналістського й економічного, із залученням даних про процеси в суміжних суспільних галузях. Проблемно-тематична спеціалізація сучасного журналіста сприятиме якості медійного контенту, ефективності економічної журналістики.



#### Література:

1. Beznosova, A.S., & Ulianova, K.M. (2017), Ekonomichna zhurnalistika u vimiri elektronnih komunikacij: osoblivosti, meta, funkcii [Economic journalism in measuring electronic communications: peculiarities, task, functions], in Lalych, A.O. (Ed.), Regional'ni ZMI Ukraïni: istorija, suchasni stan ta perspektivi rozvitku: materiali internet-konferencii [Proceedings of the Internet Conference "Regional Mass Media of Ukraine: History, Current State and Perspectives of Development"]. – Starobilsk., LNU named after Taras Shevchenko, pp. 171–175.
2. Burkivska, L. & Romanyshyn, Yu. (2014), Ekonomichna tematika v ukraïns'komu regional'nomu media prostori [Economic thematic areas in Ukrainian regional media environment], Visnyk Knyzhkovoï Palaty [Bulletin of the Book Chamber], Vol. 2, pp. 1–3.
3. Voroshylov, V.V. (2006), Teorija i praktika massovoj informacii: uchebnik [Theory and Practice of Mass Information: a Textbook]. - Saint Petersburg, Izdatelstvo Mikhailova V.A. - 496 p.
4. Dobretsova, N.N. (2009), Osveshhenie jekonomicheskikh tem v stedstvakh massovoj informacii (jekonomicheskaja zhurnalistika): ucheb. posobie dlja vuzov [Coverage of Economic Themes in Means of Mass Media: a Textbook]. - Bishkek.
5. Zdoroveha, V. (2000), Pidgotovka zhurnalistiv: pogljadi zboku i zseredini [Training Journalists: Views from Outside and Inside], Dzerkalo tizhnja., Access mode: [http://old.gazeta.dt.ua/EDUCATION/pidgotovka\\_zhurnalistiv\\_poglyadi\\_zboku\\_i\\_zseredini.html](http://old.gazeta.dt.ua/EDUCATION/pidgotovka_zhurnalistiv_poglyadi_zboku_i_zseredini.html)
6. Lavrinikevich, D. (2015), Kak osveshhat' sobytija v jekonomike cherez «prostyh» ljudej [How to Highlight Events in Economics through "Average" People], Access mode: [mediakritika.by/article/.../kak-osveshchat-sobytiya-v-ekonomike-cherez-prostyh-lyud...](http://mediakritika.by/article/.../kak-osveshchat-sobytiya-v-ekonomike-cherez-prostyh-lyud...)
7. Otchet o Mezhdunarodnoj konferencii «Jekonomicheskaja zhurnalistika kak faktor i indikator razvitija rynochnoj jekonomiki» (11–12 oktjabrja 2012 g, Kyrgyzskaja Respublika, g. Bishkek) [Report on the International Conference "Economic Journalism as a Factor and Indicator of the Marker Economy Development", 11-12 October, 2012, Bishkek, the Republic of Kyrgystan], Access mode: [dpi.kg/upload/file/Full\\_Report\\_Bishkek\\_Conference\\_2012\\_RUS.pdf](http://dpi.kg/upload/file/Full_Report_Bishkek_Conference_2012_RUS.pdf)
8. Panarin, I. (2012), SMI, propaganda i informacionnye vojny [Mass Media, Propaganda and Informational Wars], Access mode: [http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin\\_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/](http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/).
9. Shkondin, M.V., Vuchub, G.S. & Frolov, T.I. (Ed.) (2008), Problematika SMI: Informacionnaja povestka dnja: uchebnoe posobie [The Issue of Mass Media: Informational Agenda: a Textbook]. - Moscow., Aspect Press. - 316 p.
10. Ranenko, I. (2012), Anton Podluckij, glavnyj redaktor «RBK Ukraina»: «Rabota zhurnalista ne nachinaetsja i ne zakanchivaetsja. Ona, kak i rabota mozga, prodolzhaetsja 24 chasa v sutki» [Podlutskiy Anton: "The Work of a Journalist does not Start and Finish. As the Work of Brain it Goes on 24 Hours a Day"]., Access mode: [sostav.ua/columns/2012/07/18/156/50567/](http://sostav.ua/columns/2012/07/18/156/50567/)
11. Chigrinskaia, L. (2010), Osnovy zhurnalistiki [The Basics of Journalism], Access mode: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/Chigrinskaya/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Chigrinskaya/index.php)

УДК 378:327.7

### ЗАГАЛЬНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ ПРОСТІР ВИЩОЇ ОСВІТИ: СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ / EUROPEAN DIMENSION OF HIGHER EDUCATION: STRATEGIC OBJECTIVES OF EDUCATIONAL PROGRAMMES

Лащихіна В., канд. пед. наук, доцент  
Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Україна

Учасник конференції

*У статті досліджуються стратегії формування загальноєвропейського простору вищої освіти та їх вплив на українську систему вищої освіти на сучасному етапі. Висвітлюється робота європейських організацій стосовно євроінтеграційних процесів у сфері освіти. Визначаються стратегічні цілі європейських освітніх програм та їх вплив на розвиток вищої освіти у глобальному вимірі. Розкриваються принципи сучасної європейської освіти та концептуальні аспекти розвитку вищої освіти в загальноєвропейському вимірі.*

**Ключові слова:** загальноєвропейський освітній простір, вища освіта, інтеграція, глобалізація, мобільність, європейський, програми.

*The article investigates the problem of strategies formation of the European dimension of higher education nowadays. The article focuses on the work of European organizations regarding European integration processes in education. The article deals with the strategic objectives of the European educational programmes and their influence on development of higher education in the global dimension. The article investigates the principles of modern European education and conceptual basis for the development of higher education in the European dimension.*

**Keywords:** European dimension in education, higher education, integration, globalization, mobility, European, programmes.

На сучасному етапі методологічною основою філософії розвитку вищої освіти стає парадигма культур, духовно-інтелектуальне, творче, гуманістичне мислення та зорієнтованість до інтеграції освітньо-культурної сфери та формування єдиного освітнього європейського простору.

Останні дослідження педагогічних джерел, Інтернет-ресурсів свідчать, що загальні тенденції розвитку вищої освіти у країнах Європи досліджували педагоги-компаративісти: С. Бодмон (S. Baudemont), Г. Міаларе (G. Mialaret), Ж. Льопозан (G. Leresant), Г. Фабіані, С. Френе, Фурастьє (J. Fourastié), А. Прост (A. Prost), Б. Вульфсон, З. Малькова, О. Джурінський, О. Матвієнко, Н. Нічкало. В умовах інтернаціоналізації європейського освітнього простору важливим джерелом визнання сучасної стратегії розвитку вищої освіти України є вивчення європейського досвіду підготовки кадрів у вищих навчальних закладах та адаптації вітчизняної системи вищої освіти до європейських стандартів шляхом мобільності студентів та науково-викладацького складу через впровадження освітніх Програм.