# ციფრული მედია და კომუნიკაცია

| | |
|---|---|
| **საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება** | ციფრული მედია და კომუნიკაცია |
| **მისანიჭებელი კვალიფიკაცია:** | მასობრივი კომუნიკაციის მაგისტრი Degree: Master of Mass Communication |
| **პროგრამის მოცულობა კრედიტებით:** | 120 კრედიტი |
| **სწავლების ენა:** | ქართული |
| **პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა:** | „ციფრული მედიისა და კომუნიკაციის“ სამაგისტრო პროგრამაზე დაშვების წინაპირობაა:<br><br>სამაგისტრო პროგრამის სტუდენტი შეიძლება გახდეს ბაკალავრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხის მქონე პირი.<br>სამაგისტრო პროგრამაზე სტუდენტთა ჩარიცხვა ხდება საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად - საერთო სამაგისტრო გამოცდების შედეგების საფუძველზე (კანონმდებლობით გათვალისწინებულ შემთხვევებში საერთო სამაგისტრო გამოცდების ჩაბარების გარეშე „პროგრამაზე დაშვების პირობები უცხო ქვეყნის მოქალაქეებისათვის იხილეთ ბმულზე“ – https://iro.ibsu.edu.ge/en/home).<br>საქართველოს მოქალაქე მაგისტრანტობის კანდიდატს პროგრამაზე დაშვებისათვის მოეთხოვება:<br><br>● ბაკალავრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხი;<br>● საერთო სამაგისტრო გამოცდის წარმატებით ჩაბარება;<br>● სპეციალობაში შიდასაუნივერსიტეტო გამოცდების ჩაბარება;<br>● უცხო ენაში B2 დონის შიდასაუნივერსიტეტო გამოცდის ჩაბარება. |
| **საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი:** | სამაგისტრო პროგრამა მომზადდა საქართველოში ამერიკის შეერთებული შტატების საელჩოს მიერ დაფინანსებულ „მედიაგანათლების მხარდაჭერის პროგრამის“ ფარგლებში. „ციფრული მედიის“ კურსები შემუშავებულია აშშ-ს ლოიოლას უნივერსიტეტის (ჩიკაგო, ილინოისის შტატი) ციფრული მედიისა და ვიზუალური ამბის თხრობის სამაგისტრო პროგრამის ანალოგიით. ამ გაცვლითი პროექტის ფარგლებში ქართველი პროფესორებს ჩიკაგოში ჰქონდათ ამერიკელი |

| | |
|---|---|
| | კოლეგების გამოცდილების გაზიარების შესაძლებლობა, რასაც მოჰყვა მათი მხრიდანაც რამდენიმე საპასუხო ვიზიტი საქართველოში.<br>ამ პროგრამის შემუშავებაში, სწავლის შედეგების განსაზღვრაში ქართველ პროფესორებთან ერთად აქტიურ მონაწილეობას იღებდა ლოიოლას უნივერსიტეტის სამაგისტრო პროგრამის ხელმ-ი პროფ. რიშელე როჯერსი. სწორედ მისი კონსულტაციებით მოხდა ციფრული მედიის სავალდებულო კურსების სილაბუსების დახვეწა-სრულყოფა.<br><br>საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი:<br>აქტუალობა:<br>სამაგისტრო პროგრამა შექმნილია ნებისმიერი სპეციალობის ადამიანებისთვის, ვისაც სურს ციფრული მედიაპროდუქციის წარმოებისა და კომუნიკაციის სფეროს სიღრმისეულად შესწავლა. განკუთვნილია როგორც მათთვის, ვინც საბაკალავრო საფეხურზე სწავლობდა ჟურნალისტიკას/მასობრივ კომუნიკაციას, ისევე მათთვისაც, ვინც გადაწყვეტს მაგისტრატურის საგანმანათლებლო საფეხურზე სპეციალობის შეცვლასა და ახალი პროფესიის დაუფლებას.<br>„ციფრული მედიისა და კომუნიკაციის“ სამაგისტრო პროგრამის ერთ-ერთი უმთავრესი მიზანია ციფრული მედიის გაძლიერებულად სწავლება, რადგან საქართველოშიც ინტერნეტმედიის განვითარების კვალდაკვალ სულ უფრო და უფრო მეტად პოპულარული ხდება მულტიმედიური ჟურნალისტიკა, რომელიც აერთიანებს ტექსტურ და ვიდეო თუ აუდიოპროდუქციას. თანამედროვე დასავლურ სამყაროში ხშირად საუბრობენ მედიის კონვერგენციაზე ანუ პროცესზე, როცა იშლება მიჯნა მედიის სხვადასხვა სახეებს შორის. ამდენად, მედიისა და კომუნიკაციის სწავლება წარმოუდგენელია ვებტექნოლოგიების გარეშე.<br>როგორც დამსაქმებლებში ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევები მოწმობს, თანამედროვე ქართული მედიის შრომის ბაზარზე სიმწირეა ისეთი სპეციალისტების, რომლებიც ფლობენ ციფრული მედიისათვის საჭირო პრაქტიკულ უნარებს, ისევე როგორც სიმწირეა მედიისა და კომუნიკაციის მკვლევარების.<br>დამსაქმებელთა კვლევის შედეგების შესაბამისად, განისაზღვრა, რომ მედიაინდუსტრიის საჭიროებებიდან გამომდინარე, „ციფრული მედიისა და კომუნიკაციის“ სამაგისტრო პროგრამამ უნდა უზრუნველყოს მედიისა და კომუნიკაციის სფეროს ისეთი სპეციალისტების გამოშვება, რომლებსაც ერთის მხრივ, ექნებათ ღრმა და სისტემური ცოდნა ციფრული მედიის თანამედროვე ტენდენციების, ვიზუალური ამბის თხრობის ხერხებისა თუ ფორმების შესახებ, გამომუშავებული ექნებათ მულტიმედიაჟურნალისტებისთვის საჭირო პრაქტიკული უნარ-ჩვევები და ამავდროულად, აღჭურვილნი იქნებიან მასობრივი კომუნიკაციის ძირითადი თეორიების, ინოვაციური ფორმებისა თუ მეთოდების სიღრმისეული ცოდნით. |

| | | |
|---|---|---|
| | | პროგრამის მიზანია მოამზადოს:<br>1) სწრაფად ცვალებად ციფრულ გარემოში თანამედროვე მედიაინდუსტრიისა და კომუნიკაციის სფეროს შესაბამისი კვალიფიციური და კონკურენტუნარიანი სპეციალისტი, რომელსაც აქვს ღრმა და სისტემური თეორიული და პრაქტიკული ცოდნა ციფრულ მედიასა და კომუნიკაციაში, სოციალური მედიის სტრატეგიებისა და PR-ის მიმართულებით;<br>2) კურსდამთავრებული, რომელიც ფლობს ციფრული მედია ინდუსტრიისა და ციფრული კომუნიკაციის სფეროსთვის საჭირო პრაქტიკულ უნარ-ჩვევებს: ვიზუალური ამბის თხრობის ხერხებსა თუ ფორმებს; სხვადასხვა პლატფორმების მომზადებისა და მულტიმედია მასალების შექმნის უნარს; სტრატეგიული ციფრული კომუნიკაციის უნარს; კვლევის წარმოებისა და სოციალური მედიის ანალიტიკის უნარს; მონაცემთა დამუშავებისა და მათი ვიზუალიზაციის უნარს; სოციალური მედიასტრატეგიების დაგეგმვისა და PR კამპანიების ჩატარების უნარს;<br>3) კურსდამთავრებული, რომელიც მთელი სიცოცხლის განმავლობაში გააგრძელებს სწავლას, სწრაფად ცვალებადი ციფრული მედიაინდუსტრიისა და სტრატეგიული ციფრული კომუნიკაციის სფეროს საჭიროებიდან გამომდინარე – აქტუალური ცოდნის მიღებას, მის დახვეწა-განახლებას და ახალი ტექნოლოგიების დაუფლებას. ასევე, მოამზადოს მაგისტრანტები აკადემიური განათლების შემდეგ საფეხურზე – დოქტორანტურაში სწავლის გასაგრძელებლად, როგორც ციფრული მედიის, ასევე მასობრივი კომუნიკაციის ან მედიაკვლევების მიმართულებით. |
| **სწავლის შედეგები** | **ცოდნა და გაცნობიერება:** | 1. კურსდამთავრებულს აქვს ღრმა და სისტემური ცოდნა მასობრივი კომუნიკაციის თეორიების, კონცეფციებისა თუ მეთოდების, ციფრული მედიის განვითარების ტენდენციების, ციფრული მედიასამართლისა და ციფრული მედიაეთიკის შესახებ;<br><br>2. კურსდამთავრებული ფლობს ღრმა და სისტემურ ცოდნას ციფრული მედიისა და ვიზუალური ამბის თხრობის ხერხებისა თუ ფორმების შესახებ;<br>3. კურსდამთავრებული აცნობიერებს ციფრული მედიაპლატფორმების მუშაობის სპეციფიკას; სტრატეგიული კომუნიკაციის როლს; სოციალური მედია ანალიტიკის ინოვაციურ ხერხებსა და ციფრული მედიაპროდუქციის აუდიტორიაში გავრცელების ფორმებს; |

| | | |
|---|---|---|
| | | 4. კურსდამთავრებული კრიტიკულად იაზრებს და ეძიებს რთული პრობლემების გადაწყვეტის ახალ გზებს; იცის, როგორ შექმნას ორიგინალური ახალი პროექტები და ინოვაციური პროდუქტები; როგორ დაგეგმოს და მართოს სოციალური მედიის სტრატეგიები და კამპანიები. |
| | **უნარი:** | კურსდამთავრებულს შეუძლია:<br>1. მოიძიოს და დაამუშაოს ინფორმაცია, შექმნას კონტენტი; გამომუშავებული აქვს წერის უნარი; ფლობს ციფრული ამბის თხრობისთვის საჭირო ხერხებსა და შესაბამის ტექნოლოგიებს (ტექსტი, ფოტო, აუდიო, ვიდეო თუ ვები); დაგეგმოს და მართოს სოციალური მედიის სტრატეგიები და კამპანიები;<br>2. მოამზადოს და გაავრცელოს მულტიმედია პროდუქცია სხვადასხვა ციფრული პლატფორმებისა და აუდიტორიისთვის;<br>3. დაამუშაოს და გაანალიზოს მონაცემები; წარმოადგინოს ისინი ვიზუალური ხერხებით;<br>4. კრიტიკულად გაანალიზოს რთული ან არასრული ინფორმაცია; იყენებს კვლევისთვის შესაბამის მეთოდოლოგიას; ატარებს სოციალური მედიის ანალიზსა და მონიტორინგს; აყალიბებს დასკვნებს აკადემიური კეთილსინდისიერების პრინციპებისა და ეთიკის სტანდარტების დაცვით.<br>5. განახორციელოს ეფექტური კომუნიკაცია, როგორც კოლეგებთან, ისევე აუდიტორიასთან, მრავალფეროვან მედიაპლატფორმებზე და სოციალურ მედიაში. |
| | **პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა** | გამომუშავებული აქვს პროფესიული პასუხისმგებლობა, რომ მთელი ცხოვრების მანძილზე ციფრული მედიაინდუსტრიისა და ციფრული სტრატეგიული კომუნიკაციების სფეროს საჭიროებებიდან გამომდინარე, დამოუკიდებლად წარმართოს საკუთარი სწავლა. |
| **სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა** | შეფასების მიზანია ხარისხობრივად განსაზღვროს სტუდენტის სწავლის შედეგები აკადემიური პროგრამის მიზნებთან და პარამეტრებთან მიმართებაში. | |

| | |
|---|---|
| | სტუდენტის ცოდნის შეფასება ხორციელდება ზეპირი და/ან წერილობითი ფორმით. სასწავლო კურსის/კომპონენტის მაქსიმალური შეფასება 100 ქულის ტოლია. შეფასება ითვალისწინებს შუალედურ და დასკვნით შეფასებას, რომელთა ჯამი შეადგენს 100 ქულას.<br>შეფასების სისტემა უშვებს:<br><br>ხუთი სახის დადებით შეფასებას:<br>1) (A) ფრიადი – 91 - 100 ქულა;<br>2) (B) ძალიან კარგი – 81 - 90 ქულა;<br>3) (C) კარგი –71 - 80 ქულა;<br>4) (D) დამაკმაყოფილებელი – 61 - 70 ქულა;<br>5) (E) საკმარისი – 51 - 60 ქულა.<br><br>ორი სახის უარყოფით შეფასებას:<br>1) (FX) ვერ ჩააბარა –41 - 50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება;<br>2) (F) ჩაიჭრა - 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.<br>შუალედური და დასკვნითი შეფასებებისთვის განსაზღვრულია მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი. დასკვნითი შეფასების მინიმალური კომპეტენციის ზღვრის ხვედრითი წილი არ აღემატება დასკვნითი შეფასების 60%-ს.<br><br>შუალედური და დასკვნითი შეფასებების ქულობრივი განაწილება, მათი მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი და შეფასების რუბრიკები გაწერილია შესაბამისი კომპონენტის სილაბუსში.<br>კრედიტის მიღება შესაძლებელია მხოლოდ სტუდენტის მიერ სილაბუსით დადგენილი სწავლის შედეგების მიღწევის შემდეგ, ქვემოთ მოყვანილი აუცილებელი მოთხოვნების გათვალისწინებით:<br>ა) შუალედური და დასკვნითი შეფასებების მინიმალური კომპეტენციის ზღვრის გადალახვის შემთხვევაში;<br>ბ) საბოლოო შეფასების მაქსიმალური 100 ქულიდან მინიმუმ 51 ქულის მოგროვების შემთხვევაში. |

| | |
|---|---|
| | დამატებით გამოცდაზე სტუდენტი დაიშვება იმ შემთხვევაში, თუ მან საბოლოო შეფასების მაქსიმალური 100 ქულიდან მოაგროვა 41 - 50 ქულა ან მინიმუმ 51 ქულა, მაგრამ ვერ გადალახა დასკვნითი შეფასებისთვის განსაზღვრული მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი. |
| **დასაქმების სფერო** | სამაგისტრო პროგრამა მოამზადებს ციფრული მედიისა და კომუნიკაციის კონკურენტუნარიან სპეციალისტებს. კურსდამთავრებულის მიერ შეძენილი ცოდნა და უნარები მას საშუალებას მისცემს უპასუხოს თანამედროვე მედიისა და კომუნიკაციის გამოწვევებს.<br>კურსდამთავრებულს შეეძლებათ დასაქმება, როგორც ონლაინმედიაში, ასევე ტრადიციულ მედიაორგანიზაციებში (ტელევიზია, გაზეთი, ჟურნალი, საინფორმაციო სააგენტო); საჯარო, კერძო თუ არასამთავრობო ორგანიზაციებში საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურებში, მულტიმედიაჟურნალისტებად, პროდიუსერებად, სოციალური მედიის მენეჯერებად და ა.შ;<br><br>რამდენადაც, პროგრამა, პრაქტიკული უნარ-ჩვევების გამომუშავების გარდა, ღრმა და სისტემურ თეორიულ ცოდნასაც იძლევა მედიასა და კომუნიკაციაში, ეს კარგი საფუძველია მომავალი პედაგოგიური თუ სამეცნიერო საქმიანობისთვისაც. კურსდამთავრებულს სურვილის შემთხვევაში შეეძლება სწავლის გაგრძელება დოქტორანტურის საფეხურზეც. |

| # | სასწავლო კურსი / მოდული/ პრაქტიკა / კვლევითი კომპონენტი | სტატუსი | კრედიტები | კრედიტების განაწილება სასწავლო | | საათების განაწილება | სკონტაქტო |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

| | | | | კურსებისა და სემესტრების მიხედვით | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | I ს.წ. | | II ს.წ. | | | საკონტაქტო | | | | | | |
| | | | | I სემესტრი | II სემესტრი | III სემესტრი | IV სემესტრი | ლექცია/კონსულტაცია | სემინარი/ჯგუფური მუშაობა/ შუალედური გამოცდა | დასკვნითი გამოცდა | სულ საკონტაქტო | დამოუკიდებელი მუშაობა | ჯამური საათები | |
| | **სავალდებულო სასწავლო კურსები** | **სავალდებულო** | **70** | | | | | | | | | | | |
| 1 | შესავალი ციფრულ მედიაში | სავალდებულო | 6 | x | | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 118 | 150 | 2 |
| 2 | ციფრული თხრობა | სავალდებულო | 6 | x | | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 118 | 150 | 2 |
| 3 | ციფრული მედიის დიზაინი | სავალდებულო | 4 | x | | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 68 | 100 | 2 |
| 4 | ინტერვიუ ციფრულ მედიაში | სავალდებულო | 4 | x | | | | 15 | 13 | 2 | 2 | 32 | 68 | 100 | 2 |
| 5 | სოციალური მედიის სტრატეგია და PR კამპანიები | სავალდებულო | 5 | x | | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 6 | ციფრული პროდუქცია: ამბის თხრობის ხერხები 1 | სავალდებულო | 4 | | x | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 68 | 100 | 2 |
| 7 | მასობრივი კომუნიკაციის თეორიები | სავალდებულო | 5 | | x | | | 14 | 14 | 2 | 2 | **32** | 93 | 125 | 2 |
| 8 | მონაცემთა ჟურნალისტიკა | სავალდებულო | 4 | | x | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 68 | 100 | 2 |
| 9 | ვებპროგრამირება 1 (*ინგლისურ ენაზე)* | სავალდებულო | 4 | | x | | | 28 | 15 | 2 | 2 | 47 | 53 | 100 | 3 |
| 10 | სოციალური მედიის ანალიტიკა და მონიტორინგი | სავალდებულო | 3 | | x | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 43 | 75 | 2 |
| 11 | სტრატეგიული კომუნიკაცია | სავალდებულო | 5 | | x | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 12 | მედიისა და მასობრივი კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები | სავალდებულო | 6 | | | x | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 118 | 150 | 2 |
| 13 | ეთიკა ციფრული მედიის ეპოქაში | სავალდებულო | 3 | | | x | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 43 | 75 | 2 |
| 14 | ციფრული მედიის სამართალი | სავალდებულო | 3 | | | x | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 43 | 75 | 2 |
| 15 | ციფრული პროდუქცია: ამბის თხრობის ხერხები 2 | სავალდებულო | 4 | | | x | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 68 | 100 | 2 |
| 16 | ვებპროგრამირება 2 (*ინგლისურ ენაზე)* | სავალდებულო | 4 | | | x | | 28 | 15 | 2 | 2 | 47 | 53 | 100 | 3 |
| | | | **70** | | | | | | | | | | | | |
| | **არჩევითი სასწავლო კურსები** | **არჩევითი** | **20** | | | | | | | | | | | | |
| 17 | არავერბალური და ვიზუალური კომუნიკაცია | არჩევითი | 5 | x | | | | 15 | 13 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 18 | კიბერუსაფრთხოება | არჩევითი | 5 | x | | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 19 | პითონი - შესავალი კურსი (*ინგლისურ ენაზე)* | არჩევითი | 5 | x | | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 20 | საქმიანი კომუნიკაცია მედიისთვის (*ინგლისურ ენაზე)* | არჩევითი | 5 | x | | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 21 | მულტიმედია ახალი ამბები | არჩევითი | 5 | | x | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 22 | სტატისტიკა და მისი გამოყენება სოციალურ მეცნიერებებში (*ინგლისურ ენაზე)* | არჩევითი | 5 | | x | | | 15 | 13 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 23 | მონაცემები და ალგორითმები (*ინგლისურ ენაზე)* | არჩევითი | 5 | | x | | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 24 | ინტეგრირებული ციფრული მარკეტინგული კომუნიკაცია (*ინგლისურ ენაზე)* | არჩევითი | 5 | | | x | | 13 | 15 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 25 | ინტეგრირებული ნიუსრუმი | არჩევითი | 5 | | | x | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 26 | სიღრმისეული ჟურნალისტიკა | არჩევითი | 5 | | | x | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 27 | კრეატივი PR-ში | არჩევითი | 5 | | | x | | 14 | 14 | 2 | 2 | 32 | 93 | 125 | 2 |
| 28 | სტაჟირების კრედიტკურსი<br>***შენიშვნა: სავალდებულოა მათთვის, ვინც მედიაორგანიზაციაში არ მუშაობს*** | არჩევითი | 10 | | | x | | | | | | | | 250 | 1 |
| | **კვლევითი კომპონენტი - სამაგისტრო ნაშრომი** | **სავალდებულო** | **30** | | | | **30** | **-** | **28** | **1** | **1** | **30** | **720** | **750** | |
| | **სულ** | | **120** | **30** | **30** | **30** | **30** | | | | | | | **3000** | |