**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова**

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Декан исторического факультета

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Р.М. Фролов

21 мая 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«Основы медиакультуры»**

Направление подготовки

51.03.03. «Социально-культурная деятельность»

Направленность (профиль)

«Управление культурными ресурсами и креативными индустриями»

Форма обучения

очная

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | Программа рассмотрена  на заседании кафедры  от 18 апреля 2024 года, протокол № 5 | Программа одобрена НМК  исторического факультета  протокол № 1 от 24 апреля 2024 года | |  |

Ярославль

**1. Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Основы медиакультуры» является формирование у студентов системных представлений об истории и теории культуры с точки зрения меняющихся и взаимодействующих средств коммуникации (медиа), освоение навыков профессионально-медийного и культурологического анализа развития мировой медиакультуры с точки зрения ее продуктов в процессе профессиональной деятельности специалиста.

Задачами курса являются:

- закрепление представления о сущности, особенностях, структуре, функциях современной медиакультуры;

- усвоение ключевых понятий и терминов медиакультуры;

- овладение методикой аналитического рассмотрения произведений медиакультуры;

- умение отслеживать культурные процессы и углубляться в культурную ситуацию;

- освоение навыков медиаграмотности.

**2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Основы медиакультуры» является дисциплиной по выбору. Ее изучение базируется на полученных студентом знаниях и умениях при изучении дисциплин «Теория культуры», «История мировой культуры», «Маркетинг в социально-культурной деятельности».

Теоретические знания по дисциплине «Основы медиакультуры», позволяющие анализировать и планировать медийную деятельность в социально-культурной сфере, может активно использоваться студентами при написании курсовых и выпускных квалификационных работ.

**3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Формируемая компетенция  (код и формулировка) | Индикатор достижения компетенции  (код и формулировка) | Перечень  планируемых результатов обучения |
| **Профессиональные компетенции** | | |
| **ПК-1**  Готов использовать технологии социально-культурной деятельности для проведения культурно просветительной работы, организации досуга населения, обеспечения условий для реализации социально культурных инициатив, патриотического воспитания | **ИД-ПК-1.2**  Применяет технологии социально-культурной деятельности в  соответствие с конкретными задачами профессиональной деятельности, социальными  и личностными потребностями различных социально-  демографических групп  населения | **Знать:**  - понятие медиакультуры, ее основные подходы и концепции, составляющие элементы;  - основных акторов современной российской медиакультуры.  **Уметь:**  - работать со смыслами в современных медиатекстах;  - проводить медиаисследования.  **Владеть:**  - методиками аналитического рассмотре-ния произведений медиакультуры;  - навыками медиаграмотности,  - современными технологиями подготов-ки медиатекста, мультимедийных мате-риалов, проведения медиаисследований |

**4. Объем, структура и содержание дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 акад. часа.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Темы (разделы)  дисциплины,  их содержание | Семестр | Виды учебных занятий,  включая самостоятельную работу студентов,  и их трудоемкость  (в академических часах) | | | | | | Формы текущего контроля успеваемости  Форма промежуточной аттестации  *(по семестрам)* |
| Контактная работа | | | | | самостоятельная работа |
| лекции | практические | лабораторные | консультации | аттестационные испытания |
| 1. . | Тема 1. Возникновение и эволюция коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции медиакультуры и массовых коммуникаций. Феномен медиакульту-ры. История возникновения и развития массовых коммуникаций. Особенности коммуникаций в социальном организме.  Массовые коммуникации как основные каналы маркетинговых коммуникаций. Глобализация информационных процессов. Проблемы обработки массовой информации. Понятие медиакультуры. Предмет медиа-культуры. Задачи и функции медиакультуры | 6 | 2 | 4 |  |  |  | 10 | Семинар «Современные парадигмы и концепции медиакультуры» |
|  | Тема 2. Медиа в обществе. Изучение институтов медиа. Основные средства медиа. Представления о функциях медиа в обществе. Структурно-функционалистский подход Медиа в системе социума. Социология меди | 6 | 2 | 4 |  |  |  | 10 | Семинар «Функции медиа и медиакультуры в современном обществе» |
|  | Тема 3. Уровни коммуникаций и медиакультуры. Основы теории коммуникации. Виды коммуникативных систем. Особенности медиакультуры. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации. Уровни медиакультуры. Семиотический, лингвистический, паралигвистический и синтетический уровни | 6 | 2 | 4 |  |  |  | 10 | Семинар «Взаимовлияние и взаимозависимость человека и медиакультуры», эссе |
|  | Тема 4. Структурные элементы СМК. Медиакультура и коммуникации. Понятие информации. Социально-демографические характеристики аудитории и ее характеристики сознания как фильтры восприятия содержания СМК. Внимание, понимание, освоение и усвоение как основные стадии в процессе потребления информации. Газеты, глянцевые журналы, телевидение, радио и кино как элементы медиакультуры | 6 | 2 | 4 |  |  |  | 10 | Семинар «СМК в жизни современного человека» |
|  | Тема 5. Медиатекст. Понятие «медиатекст»: генезис и динамика расширения объема понятия. Типология медиатекстов: информацинные, функционально-стилистические, семиотические и коммуникативные критерии классификации медиатекстов. Лингвистические и экстра-лингвистические пара-метры медиатекста. Монолог, диалог, поли-лог как формы коммуникации. Институ-циональный тип текста (журналистский, рекламный, PR-текст) | 6 | 3 | 4 |  |  |  | 10 | Эссе, контрольная работа |
|  | Тема 6. Визуализация культуры. Аудиовизуальная медиакультура. Феномены киберкультуры и их влияние на медиадискурс. Фотография как предмет интерпретации и медианалитики. Принципы создания визуальных метафор | 6 | 2 | 4 |  |  |  | 10 | Эссе, контрольная работа |
|  | Тема 7. Кинематограф и медиатворчество. Документальный и художественный дискурсы современного кинематографа. Кино как «текст культуры». Визуализация времени и пространства. Режиссура кино и практика производства мультимедийного текста. Приемы и средства выразительности в медиатворчестве | 6 | 2 | 4 |  |  |  | 10 | Семинар-дискуссия «Изобразительные средства современного кинематографа» |
|  | Тема 8. Социальность и медиа: сетевое общество. Сетевой принцип социальной организации. Надгосударственный характер сетей. Проблематика локальных самоорганизующихся структур. Сообщества в Интернете. Горизонтальные связи, изменение иерархий, создание своих сообществ. Частное пространство в Интернете: личные страницы, форумы, Живой журнал. Проблематика свободы и контроля в медиакультуре | 6 | 3 | 8 |  |  |  | 10 | Эссе, контрольная работа |
|  | **Промежуточная аттестация** |  |  |  |  | **5** | **0,3** | **4,7** | **Зачет** |
|  | **Всего** | **6** | **18** | **36** |  | **5** | **0,3** | **84,7** | **144** |

**5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

**Вводная лекция** – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

**Академическая лекция** с элементами лекции-беседы – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Элементы лекции-беседы обеспечивают контакт преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным темам дисциплины, активно вовлекать их в учебный процесс, контролировать темп изложения учебного материала в зависимости от уровня его восприятия.

**Практическое занятие** – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по закреплению полученных на лекции знаний.

**Консультации** – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используется:

**Электронный учебный курс в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ**, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;

- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;

- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;

- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;

- имеется список вопросов для проведения промежуточной аттестации.

**6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;

- Adobe Acrobat Reader.

**7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk\_cat\_find.php;

- справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор с ЯрГУ):

- электронно-библиотечная система «Юрайт» https://urait.ru/(договор с ЯрГУ);

- ЭБС «Лань» http://e.lanbook.com/(договор с ЯрГУ);

- научная электронная библиотека (НЭБ) (http://elibrary.ru).

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:**

**а) основная литература**

1. Кириллова, Н. Б.  Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533064>

2. Челышева, И. В. Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек / И. В. Челышева. – М.: МОО «Информация для всех», 2016. – 178 с.

3. Ефанов, А. А.  Социология медиакультуры и медиаобразования: учебное пособие для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543004>.

**б) дополнительная литература**

1. Баранова, Е. А.  Медиаменеджмент. Теория и практика: учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 132 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534744>

2. Дзялошинский, И. М.  Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 345 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542211>

3. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

4. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика / Н. Б. Кириллова. - М.: Академический проект, 2008. – 496 с.

5. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук / Н. Б. Кириллова. - М.: Академический проект, 2013. – 366 с.

6. Кокорев, И. Е. Кино как бизнес и политика / И. Е. Кокорев. - М.: Аспект-пресс, 2009. – 344 с.

7. Маклюэн, М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – Москва; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.

8. Саенкова, Л. П. Массовая культура: эволюция зрелищных форм / Л. П. Саенкова. – М.: БГУ, 2003. – 123 с.

9. Ульяновский, А. А. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А. А. Ульяновский. - СПб.: Питер, 2005. – 539 с.

10. Ульяновский, А. А. Мифодизайн рекламы / А. А. Ульяновский. - СПб.: Институт личности, 1995. – 300 с.

11. Федоров, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность / А. В. Федоров. - Таганрог: Изд-во «Кучма», 2004. – 340 с.

12. Хренов, Н. А.  Теория аудитории медиа: публика в истории культуры: учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 411 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543787>

13. Электронная культура и экранное творчество / под ред. К. Э. Разлогова. - М.: РИК, 2006. – 382 с.

14. Экранная культура. теоретические проблемы. Сб. статей / под ред. К. Э. Разлогова. - СПб.: РИК, 2012. – 752 с.

**9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий (семинаров); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы;

- помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Число посадочных мест в лекционной аудитории больше либо равно списочному составу потока, а в аудитории для практических занятий (семинаров) – списочному составу группы обучающихся.

Автор – кандидат исторических наук, доцент Федоров С.Ю.

**Приложение №1 к рабочей программе дисциплины**

**«Основы медиакультуры»**

**Фонд оценочных средств**

**для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов**

**по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания и иные материалы,**

**Используемые в процессе текущего контроля успеваемости**

**1.1 Контрольная работа, используемая в процессе текущей аттестации**

В качестве контрольной работы студентам предлагается провести исследование актуальной темы по медиакультуре. Контрольная работа состоит из двух частей: а) проведение исследования конкретной проблемы; б) написание аналитической записки по результатам исследования. Контрольная работа проверяет навыки постановки проблемы, разработки концепции, построения гипотезы, составления плана проведения исторического исследования. Обсуждение результатов контрольной работы в форме дискуссии проверяет навыки аргументированного изложения собственной точки зрения, ведение и участие в дискуссии. Представление результатов контрольной работы в виде аналитического отчета формирует аналитические компетенции студента.

**Примерные темы контрольной работы:**

1. Массовые коммуникации и их роль в социальных процессах и медиакультуре.

2. Исторические предпосылки возникновения систем массовой коммуникации.

3. Интернет как специфический канал массовых коммуникаций и медиакультуры.

4. Медиакультура как составная часть содержания массовых коммуникаций.

5. Место и роль массовых коммуникаций в коммуникативном пространстве.

6. Роль массовых коммуникаций и медиакультуры в интеграции общества.

7. Массовые коммуникации и социальное управление.

8. Модели и методы массовых коммуникаций как формы социального управления.

9. Массовые коммуникации как социальный процесс.

10. Особенности общения и коммуникации в медиакультуре.

11. Информация и ее роль в массово-коммуникативном процессе.

12. Методы информационного воздействия на аудиторию.

13. Факторы эффективности воздействия массовых коммуникаций в медиакультуре.

14. Массовое сознание и его роль в медиакультуре.

15. Теоретические аспекты исследования массового сознания.

16. Общественное мнение как состояние массового сознания.

17. Связи с общественностью как способ воздействия и формирования общественного мнения.

18. Факторы эффективности деятельности средств массовых коммуникаций в медиакультуре.

19. Массовая информация как средство деятельности медиакультуры.

20. Публицистика как тип творчества.

21. Массовые коммуникации как социальный институт.

22. Система массовых коммуникаций как форма социального контроля.

23. Понятие «четвертой власти» в деятельности массовых коммуникаций.

**Критерии оценки контрольной работы:**

– умение искать и находить необходимую информацию, исходный материал;

– логичность построения хода и результатов выполнения работы;

– качество содержания работы (его соответствие требованиям образовательного модуля);

– качество оформления результатов работы;

– умение использовать дополнительные возможности информационных технологий, специального оборудования и программ;

– умение делать выводы, обобщения, рекомендации для улучшения качества работы.

**Шкалы оценивания контрольной работы:**

- оценки **«отлично»** заслуживает обучающийся, который провел всесторонний анализ выбранной темы, обнаруживший глубокое знание методологии исследований, выбранной темы, изложивший собранный материал в ясной форме, сформулировавший обоснованные выводы по собранному материалу.

- оценки **«хорошо»** заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший знание методологии исследования выбранной, сформулировавший основные выводы по материалу;

- оценки **«удовлетворительно»** заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший частичное знание методологии исследований выбранной темы, сформулировавший выводы по материалу, но допустивший ошибки при выполнении контрольного задания;

- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, допустившему серьезные принципиальные ошибки при проведении исследования выбранной темы, пробелы в знаниях методов изучения исторического материала. Также данная оценка выставляется, если студент не предоставил работу.

**1.2 Эссе**

Эссе - краткая письменная творческая работа студента на определенную тему.

Основная цель написания эссе - раскрыть предложенную тему путем приведения различных аргументов (тезисов). Они должны подкрепляться доказательствами и иллюстрироваться примерами.

**Примерные темы эссе:**

1. Исторические предпосылки медиакультуры как общественного явления.

2. Медиакультура в массовом обществе.

3. Бизнес-комммуникации в ситуации зарождения рынка в России.

4. Медиакультура в информационной инфраструктуре России конца ХХ века.

5. Бизнес-коммуникация как мультипликация ценностей современного общества.

6 Феномен медиакультуры и формирование амплитуды выбора моделей образа жизни.

7 Медиакультура в политическом маркетинге.

8. Реклама в средствах массовой коммуникации: формы сосуществования.

9 Организационные основы управления бизнес-коммуникаций

10. Бизнес-коммуникации как социальная подсистема.

**Требования, предъявляемые к эссе**

1. Оно должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.

2. Не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия позиции, идеи автора.

3. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.

4. Каждый абзац должен содержать только одну основную мысль.

5. Оно должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.

6. Должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

**Методика оценивания эссе:**

Эссе оценивается на положительную оценку, если:

1. Четко сформулировано понимание проблемы и ясно выражено отношение к ней автора.

2. Проблема раскрыта на теоретическом (в связях и с обоснованиями) и бытовом уровнях, с корректным использованием или без использования обществоведческих понятий в контексте ответа.

3. Логически соединены в единое повествование термины, понятия, теоретические обобщения, относящиеся к раскрываемой проблеме.

4. Представлена четкая аргументация, доказывающая позицию автора (в виде исторических фактов, современных социальных процессов, конкретных случаев из жизни автора и его близких, статистических данных и т. п.).

Эссе оценивается отрицательно, если:

1. Не прослеживается собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы.

2. Проблема раскрыта слабо, без использования обществоведческих терминов.

3. Неаргументировано собственное мнение.

4. Эссе не предоставлено.

**1.2 Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации**

**Вопросы к зачету**

*проверка сформированности ПК-1*

1. Массовая коммуникация и медиакультура

2. Медиакультура: подходы к определению

3. Средства массовой коммуникации: нормативные модели

4. "Глобальное телевидение" и public sphere

5. Исследовательские подходы к проблеме конструирования реальности в медиакультуре

6. «Новости» и «реклама».

7. Информационные программы как объект изучения и предмет обсуждения

8. Саморефлексия журналистского сообщества

9. Позитивистское направление в изучении СМК

10. Гипотеза «повестки дня», прикладные (коммерческие) исследования массовой

коммуникации

11. Панорама современных СМК: исследовательские стратегии и повседневный опыт

12. Телевидение, пресса, радио

13. Предмет и объект культурологического исследования медиакультуры

14. Понятие и сущность медиакультуры

15. Возникновение массовой коммуникации: предпосылки и причины

16. Уровни научных исследований массовых коммуникаций

17. Зарубежные исследования массовых коммуникаций и медиакультуры

18. Отечественные исследования массовых коммуникаций и медиакультуры

19. СМИ в системе массовых коммуникаций и медиакультуры

20. Виды массовых коммуникаций

21. Особенности СМИ как массовой коммуникации.

22. Понятие идеологии и идеологемы

23. Система массовых коммуникаций и социальное управление.

24. Информация, ее виды

25. Понятие массово-коммуникативного процесса

26. Массовое сознание и массовые коммуникации

27. Методы информационного воздействия на аудиторию

28. Сущность общественного мнения

29. ПР и общественное мнение

30. Пресса и власть

31. Типы средств массовых коммуникаций

32. Печать в системе средств массовых коммуникаций.

33. Радио в системе средств массовых коммуникаций

34. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций

35. Интернет в системе средств массовых коммуникаций и массмедиа, его особенности

**Правила выставления оценки на зачете**

В экзаменационные билет включается два теоретических вопроса. На подготовку к ответу дается не менее 1 часа.

По итогам зачета выставляется одна из оценок: «зачтено» или «не зачтено».

**Оценка «Зачтено»** выставляется студенту, который демонстрирует хорошее владение содержанием материала и понятийным аппаратом; умеет связывать теорию с практикой. Студент дает развернутые и четкие ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, соблюдает логическую последовательность при изложении материала. При этом допускаются неточности и ошибки в определении и раскрытии некоторых основных понятий, формулировке положений, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.

**Оценка «Не зачтено»** выставляется студенту, который демонстрирует разрозненные, бессистемные знания; беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет выделять главное и второстепенное, не умеет соединять теоретические положения с практикой, не устанавливает межпредметные связи; допускает грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, вследствие непонимания их существенных и несущественных признаков и связей; дает неполные ответы, логика и последовательность изложения которых имеют существенные и принципиальные нарушения, в ответах отсутствуют выводы. Дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора не приводят к коррекции ответов студента. На основную часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ или дает неверные ответы.

Оценка «Не зачтено» выставляется также студенту, который взял экзаменационный билет, но отвечать отказался.

**Приложение №2 к рабочей программе дисциплины**

**«Основы медиакультуры»**

**Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Основы медиакультуры» является формирование у студентов системных представлений об истории и теории культуры с точки зрения меняющихся и взаимодействующих средств коммуникации (медиа), освоение навыков профессионально-медийного и культурологического анализа развития мировой медиакультуры с точки зрения ее продуктов в процессе профессиональной деятельности специалиста.

Курс состоит из лекционных и большого количества практических занятий.

При конспектировании лекций обратите внимание на следующее:

1. Если вы решили писать конспект от руки, то у вас обязательно должны быть при себе тетрадь и комплект разноцветных ручек.
2. Конспектирование всегда начинается с даты и названия (если в тетради присутствует какой-то более ранний материал, от него необходимо отступать несколько строк, чтобы массивы данных не сливались).
3. Самое важное и существенное желательно выделять цветом (к примеру, писать ручкой другого цвета или выделять маркером).
4. Никогда не пишите все в одну строку. Используйте цитатную технику написания. Это значит, что каждую новую идею нужно фиксировать с новой строки. При этом между всеми строками желательно делать пропуск в одну строку. Это значительно упрощает восприятие и позволяет дополнять записи.
5. То, что лектор или преподаватель изображает на доске, нужно фиксировать и у себя в тетради, ведь если он это делает, значит, это особенно важно. Записывать же это можно либо графически, либо тезисно.
6. Не пренебрегайте аббревиатурами и сокращениями. Цифры всегда пишите знаками. Это многократно сжимает объем материала, но смысл никак не теряется, и вы легко сможете понять, о чем идет речь.
7. Включайте в конспект не только текст, сокращения, цифры и знаки препинания, но и таблицы, схемы, диаграммы, формулы, графики и рисунки. Эти графические подсказки экономят время на фиксацию информации, а также легко запоминаются. К тому же они выгодно выделяются среди текстовых блоков.

При подготовке к практическим занятиям необходимо тщательно изучить рекомендованные преподавателем источники и литературу, выполнить конспекты в отдельной тетради.

Одним из заданий курса является написание эссе. Эссе студента – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но согласована с педагогом). Должно содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающую авторскую позицию по поставленной проблеме.

При работе следует соблюдать следующую структуру эссе:

1. Титульный лист.

2. Введение: изложение обоснования выбора темы. При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть: предполагает изложение аргументации, анализ, исходя из имеющихся данных, позиций по проблеме.

4. Заключение: обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения. Методы, рекомендуемые для составления заключения: цитата, оригинальное авторское утверждение. Заключение может содержать такой важный, дополняющий эссе элемент, как указание области применения исследования.

Также студент выполняет контрольную работу, которая состоит из двух частей: а) проведение исследования конкретной проблемы; б) написание аналитической записки по результатам исследования.

При подготовке к контрольной работе нужно внимательно прочитать задание. Почему вопрос сформулирован именно так, а не иначе? Что конкретно он включает? Если смысл вопроса не совсем ясен, лучше сразу, не теряя времени, уточнить его у преподавателя. Нередко бывает так: студент, прочитав задание, но не вникнув в его суть, сразу начинает писать. И только после того, как контрольная будет сдана, а иногда и позже, выясняется, что писал он совсем не о том. Не исключено, что студент знал этот материал, но поспешность и непродуманность вопроса привели к неудовлетворительной оценке.

Ответ на контрольную работу должен быть полным, т.е. вопрос студентом правильно понят, изложен схематично, фрагментарно, без аргументов, без примеров. По такому ответу трудно судить о глубине усвоения материала студентом. Если вы знаете материал, излагать его нужно максимально полно и последовательно. Противоположный этому недостаток – многословие ответов. В большинстве случаев это связано со слабым знанием материала. Студент весьма приблизительно знает вопрос и потому пишет обо всем, что он знает (или хотя бы слышал) по теме контрольной работы. Иногда студент, не владея материалом, пишет ответ общими фразами, как можно многозначительнее, чтобы потом попытаться доказать, что он именно и то имел в виду, что требовал от него вопрос. Безусловно, при подготовке к контрольной работе нужно тщательно изучить имеющиеся в наличии источники и исследовательскую литературу.

Для успешного выполнения промежуточных заданий по курсу и успешной сдачи зачетанеобходимо выполнять задания по разделам в соответствии с электронной основой (Приложение 1). Также Вам необходимо усвоить алгоритм формирования коммуникационной кампании.

В конце курса студенты сдают зачет в форме устного собеседования.

При подготовке к зачету в качестве самопроверки можно использовать следующие примерные задания и вопросы:

1. В чем феноменальность медиакультуры и ее отличие от культуры традиционной?

2. Кто из известных исследователей внес вклад в историю медиакультуры, ее язык, знаковую систему?

3. Всякое ли культурное явление можно рассматривать как текст, содержащий информацию и смысл? Приведите примеры современных медиатекстов.

4. В чем различие между визуальными, аудиальными и аудиовизуальными медиа?

5. Какова роль фотографии как нового явления визуальной культуры?

6. Как трансформировалась медиасреда в эпоху глобализации?

7. Какова роль интернета в системе развития медиакультуры?

8. Можно ли считать миф базисным феноменом культуры?

9. Почему медиакультура стала интегратором среды социальной модернизации в России на рубеже XX–XXI веков?

10. Перечислите модели развития массмедиа как социального института.

11. Почему в условиях модернизации именно медиакультура способна стать «катализатором» диалога власти и общества, социума и государства?

12. Что такое медиаменеджмент? В чем заключается его интегрирующая роль?

13. Как медиаполитика государства связана с правовой основой медиаменеджмента?

14. Что из себя представляет электронная коммерция: интернет-маркетинг, интернет-магазин, интернет-реклама и др.?

15. В чем инновации аудиовизуального медиаменеджмента?

16. В чем особенности фестивального продюсерства? Что такое фэндрейзинг, спонсорство, инвестирование фестивальных проектов?

17. Роль кинематографа в пространстве медиакультуры.

**Примеры практических заданий для студентов**

**Задание 1.**

Студенты делятся на три подгруппы и готовят анкеты (с ис­пользованием сложных и простых вопросов) по одному из бло­ков (количество вопросов — 25—30).

Блок 1. Выявление уровней мотивационного показателя ме­диакомпетентности аудитории.

Блок 2. Выявление уровней контактного показателя (часто­ты контактов с различными видами медиа) медиакомпетент­ности аудитории.

Блок 3. Выявление уровней информационного показателя (знаний терминологии, истории и теории медиакультуры) ме­диакомпетентности аудитории.

Методические рекомендации:

При представлении анкет студентам необходимо ответить на ряд вопросов.

1. Как проводилось шкалирование?

2. При помощи каких процедур будет осуществляться обра­ботка полученных данных?

3. Для чего было проведено анкетирование?

4. О чем могут свидетельствовать результаты анкетирования?

**Задаие 2.**

Необходимо создать авторский медиатекст, учитывая шесть основных параметров (по Т. Г. Добросклонской). На основе оригинального медиапродукта нужно разработать адаптиро­ванную для восприятия школьников и студентов методику на­писания медиатекста.

Методические рекомендации:

В качестве домашнего задания студенты готовят собствен­ный медиатекст. На практическом занятии им предстоит пре­зентовать свой медиапродукт (в печатной, аудиальной либо ау­диовизуальной форме). Обсуждение работ проходит в рамках свободной дискуссии, в ходе которой каждый из студентов по­лучает право дать оценку медиатекстам своих коллег, аргумен­тировано выделив положительные и отрицательные стороны.

В конце занятия студентам предлагается высказать свое мнение на предмет обучения написанию медиатекстов. По ито­гам обсуждения формулируются основные положения методи­ки создания медиатекстов.

**Задание 3.**

Студенты делятся на пять микрогрупп, выбирая один из предложенных медиатопиков. Им необходимо провести контент-анализ отражения данной тематики в печатной прес­се, на телевидении и в Интернете.

Медиатопики для контент-анализа:

* политические конфликты;
* экономический кризис и уровень жизни населения;
* крупные ЧП и катаклизмы;
* преступность;
* проблемы ЖКХ.

Методические рекомендации:

За основу анализа берется по одному изданию каждого вида СМИ (печатная пресса, телевидение и Интернет). Хронологиче­ские рамки исследования включают три года. При обработке результатов контент-анализа все материалы следует разграни­чить по отдельным категориальным группам (в графической форме) и вывести определенные закономерности.

**Задание 4.**

Прочитайте текст и выполните задания.

Мало в мире вещей, в которых мы разбирались бы так плохо, как в музыке. Редко, но сильно от этого страдают наши родственники — когда мы поем. Но хорошо проверенное отсутствие знаний по этому вопросу нам не мешает. Вместо эрудиции мы придумали теорию, согласно которой невежество плодотворнее знаний. В самом деле, только отсутствие специального образования позволяет человеку обо всем судить широко, размашисто и безответственно, то есть парадоксально. Только круглый невежа считает, что он обо всем располагает достаточными сведениями. Тогда как специалист — поневоле человек предельно осторожный. Свое мнение он бережет, как главное сокровище, и никогда не согласится с ним расстаться. Больше всего на свете специалист боится категоричности. Поэтому его речь пестрит нудными оборотами — «трудно сказать» и «будущее покажет». Вот невеже всегда говорить легко, и будущее не хранит от него тайн. Невежество вообще более творческое состояние, потому что для этого занятия необходимо хамство. А у кого его больше, чем у человека, с легкой душой утверждающего, что лучший роман в мире — «Три мушкетера». Кроме всего прочего, невежество значительно доступнее эрудиции. Мы это знаем по собственному опыту. Вышеизложенная теория нам позволяет писать о музыке. Правда, тут еще хорошим подспорьем служит ненависть. Дело в том, что, ведя сравнительно мирную жизнь, мы расчитываем, что мир нам ответит тем же. Как бы не так! Повсюду в наши скромные будни вторгаются наглые агрессоры. Это — люди с приемниками…

(П. Вайль, А. Генис).

Задания 1. Выделите в приведенном тексте сложные синтаксические целые (прозаические строфы). 2. Определите дифференциальные признаки сложного синтаксического целого (ССЦ). 3. Укажите, какие в данном тексте возможны варианты выделения абзацев. 4. Выявите, какие функции может выполнять различное выделение абзацев. 5. Определите, как соотносятся ССЦ и абзац. 6. Приведите варианты заголовков текста.

**Учебно-методическое обеспечение**

**самостоятельной работы студентов по дисциплине**

В качестве учебно-методического обеспечения рекомендуется использовать литературу, указанную в разделе № 8 данной рабочей программы.

В учебном пособии Н.Б. Кирилловой «Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации» (М., 2023, Юрайт, URL: <https://urait.ru/bcode/533064>) обобщается теория и практика медиаполитики государства в условиях социально-культурной модернизации, то есть в период, когда в России, вступившей в информационную эпоху, освободившейся от догматов тоталитаризма, начинают закладываться основы гражданского общества. Автор доказывает, что методологической основой изучения медиаполитики является междисциплинарный подход, опирающийся на научные принципы культурологии, социально-культурной деятельности, культуры массовой коммуникации и медиаменеджмента. Рассматривая роль медиаполитики как фактора российской модернизации, автор уделяет особое внимание основам права в медиасфере и медиаобразовании.

Учебное пособие А.А. Ефанова «Социология медиакультуры и медиаобразования» (М., 2024, Юрайт URL: <https://urait.ru/bcode/543004>.) включает в себя лекционный материал, планы практических занятий и методические рекомендации по их проведению, тематику докладов и рефератов, списки рекомендуемой литературы к каждой теме, глоссарий и вопросы для подготовки к промежуточной аттестации.

Учебное пособие Е.А. Барановой «Медиаменеджмент. Теория и практика» (М., 2024, Юрайт, URL: <https://urait.ru/bcode/534744>) раскрывает процесс становления медиасистемы как системы медиапредприятий, актуальные проблемы медиаменеджмента и его функции. Рассмотрены вопросы поиска СМИ новых форм сбыта, влияния внешних и внутренних факторов на маркетинговую, редакционную и контент-политику СМИ. Курс содержит большой пласт практического материала в виде примеров и историй-кейсов российских и зарубежных медиакомпаний. Большое внимание уделено современному развитию медиаменеджмента в условиях жесткой конкуренции СМИ с социальными медиа.

Учебник для вузов И.М. Дзялошинского «Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования» (М., 2024, Юрайт, URL: <https://urait.ru/bcode/542211>) предназначен для изучения базовых представлений о процессах функционирования различных типов текстов, создаваемых или размещаемых в современных медиа. Курс знакомит с теоретическими исследованиями текстов и деятельности по созданию текстов, рассматривает роль текстов в формировании внутреннего мира и жизненного пространства современного человека. Много внимания уделено описанию особенностей медиатекстов.