АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

История массовой коммуникации: от телевидения к интернету

Автор:
Доцент кафедры культурологии и социальной коммуникации Лидерман Ю.Г.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

«Филология и перевод» (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать способность выявления и анализа новых тенденций популярной массовой культуры для выполнения базовых экспертных функций для учреждений культуры, СМИ, учреждений муниципального управления

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Введение. Массовая культура и медиа: ключевые понятия и теории	Массовая культура, медиакультура и цифровые технологии: этапы становления. Теории общественного мнения, «акта коммуникации», «повестки дня», дихотомия «старые vs новые медиа».
Тема 2	Ранняя история СМИ: индустриализация и приемы создания массовых сообщений	От телеграфа к медиатизированным публичным пространствам. Аудитория в контексте индустриального способа дистрибуции сообщений: от «теории толпы» к «массовому» и «одномерному человеку». Феномен серийности аудиальных и визуальных сообщений XX века: между плакатами, комиксами и рекламой. Массовая культура как пространство конструирования социальной реальности.
Тема 3	Технологии трансляции и пропаганды: от радио к кинематографу и телевидению	Формирование национальных стандартов прессы, СМИ, дихотомия «пропаганда – PR», роль радио в формировании авторитарных режимов и продвижении коммерческой культуры. Появление жанра мокьюментари как экспериментального формата массовой культуры, первые опыты авторефлексии медиапотребления «массового человека». Киноиндустрия: от «студийной системы» и «кодекса Хейса» до Нового Голивуда, артхауса, теории авторского кино и становление независимого кинематографа. ТВ-дискурс: конструирование образов современности и повседневности, борьба за репрезентации и повестки.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Введение. Массовая культура и медиа: ключевые понятия и теории	Массовая культура, медиакультура и цифровые технологии: этапы становления. Теории общественного мнения, «акта коммуникации», «повестки дня», дихотомия «старые vs новые медиа».
Тема 4	Дигитализация и новые культурные жанры медиа: онлайн сериальная культура	Сериал как продукт массовой культуры и краткая история сериальной культуры. «Большой сериальный бум» и трансформация практик медиапотребления в эпоху онлайн-кинотеатров. Деконструкция сериальных жанров и культурная ностальгия в проектах HBO, Netflix и др.
Тема 5	Эпоха постправды: фейки и гражданские медиа	Образы Интернета с 1990-х годов: страхи, ожидания, кибероптимизм и киберпессимизм. От свободного интернета и «копилефта» к цензуре массовых коммуникационных сервисов. Развитие концепций «онлайн сообществ»: между «троллями», «эхо-камерами» и «пузырями фильтров». Политика постправды, теории «информационного шума», digital detox и новый луддизм, а также феномен SJW и борьбы за информационную среду как «безопасное пространство».
Тема 6	Цифровые медиа и массовая партиципация пользователей	Типология «новых медиа» и изобретение форматов/пространств реализации массовой коммуникации: от лонгрида к кликбейту, от конструктора сайтов к мобильным приложениям. Дигитализация «старых медиа» и ее последствия для производства, дистрибуции и пользования культурных (медиа) артефактов. Просьюмер и практики produsage: блогинг как борьба за субъектность в пределах массовой культуры.
Тема 7	Ремедиация и трансмедийный сторителлинг: техноцентризм актуальных практик массовой культуры	Между техноцентризмом и нарративными стратегиями: практики конструирования сообществ средствами медиатизированной массовой культуры. От мультимедиа к кросс- и трансмедиа: когда культовые артефакты становятся реализацией маркетинговых стратегий и партиципации пользователей. Современный сторителлинг как технология создания и аттракции аудитории. Массовый пользователь как селебрити: элитизм, возведенный в абсолютную демократическую ценность масс.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:
– при проведении занятий семинарского типа: диспут, коллоквиум, эссе.
Промежуточная аттестация проводится в форме устного зачета, защиты курсовой работы.

Примерные темы курсовой работы:

1. Репрезентация мифа о супергерое в массовом кино
2. Феномен hate speech в онлайн коммуникации
3. Использование архетипов в рекламе на примере компании "Adidas"
4. Стереотипное мышление в популярном кинематографе
5. Кинофестиваль как рождение новой звезды мирового кинематографа
6. Современная архитектура как новый национальный символ
7. Альтернативная культура как источник новых образовательных практик.
8. Дискурс о смерти в современной России (новые сервисы и сообщества диджитал культуры)
9. Нарративы популярных сериалов.
10. Уличные зрелища в современных городах России: археология приема.
11. Музеи компьютерных игр: глобальный тренд или субкультура

Основная литература:

1. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование. Учебник. М.: Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/14342.html
2. Бакулев Г.П., Массовая коммуникация. Западные теории и концепции (3-е издание). Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2016. http://www.iprbookshop.ru/56991.html
3. Шарков Ф.И., Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг. Учебное пособие. М.: Дашков и К, 2016. http://www.iprbookshop.ru/5249.html