Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при Президенте Российской Федерации

Институт общественных наук

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»

Факультет Управления социокультурными проектами

Утверждена кафедрой Культурологии и социальных коммуникаций ИОН

Протокол от «05» августа 2017 г. № 3

Утверждена кафедрой Управления социокультурными проектами МВШСЭН

Протокол от «08» июня 2017 г. № 4

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.01 «Массовая и медиакультура»

(индекс и наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Менеджмент креативных проектов

направленность (профиль)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2018

Москва, 2017 г.

Авторы–составители:

Кандидат философских наук, доцент, старший научный сотрудник лаборатории Мир системного анализа *(ученое звание, ученая степень, должность)*	Зайцева Светлана Александровна *(Ф.И.О.)*

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и утверждена кафедрой Культурологии и социальных коммуникаций ИОН

Протокол № 3 от 05.08.2017

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и утверждена на заседании кафедры менеджмента и культурной политики

Протокол №6 от 08.06.2017

Заведующий кафедрой

Культурологии и социальных коммуникаций ИОН РАНХиГС	PhD	Неклюдова Мария Сергеевна
(наименование факультета/ кафедры)	*(ученая степень и(или) ученое звание)*	*(Ф.И.О.)*

И.о. заведующего кафедрой

Менеджмента и культурной политики	Доктор экономических наук, профессор	Бессолицын Александр Алексеевич
(наименование факультета/ кафедры)	*(ученая степень и(или) ученое звание)*	*(Ф.И.О.)*

Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы 4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО 4
3. Содержание и структура дисциплины 4
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине 9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" 16
6.1. Основная литература. 16
6.2. Дополнительная литература. 16
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. 17
6.4. Нормативные правовые документы. 17
6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы. 17
6.6. Иные рекомендуемые источники. 18
7.Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 18

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Массовая и медиакультура» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-8	владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные подходы к определению культурной индустрии и креативной индустрии с точки зрения медиакоммуникаций; основных субъектов медиасреды, их цели и модели поведения с целью выявления потенциальных партнеров для успешной реализации проекта
		Уметь: аргументировано выбирать наиболее эффективные и соответствующие проблемной ситуации инструменты маркетинговой коммуникации, медийные инструменты достижения целевых групп для решения стратегических задач в сфере культуры, а именно внедрения новых культурных продуктов/реализации проектов;
		Владеть: методами управления информацией в контексте социокультурного проектирования и культурного менеджмента; навыками подготовки концепции культурного проекта для размещения в медиа-среде для публичного освещения

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Массовая и медиакультура» входит в состав элективных дисциплин вариативной части блока Б1.В «Дисциплины (модули)» и изучается в четвертом семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа (2 з.е.).

Дисциплина связана с другими дисциплинами учебного плана, такими как Б1.В.10 «Исследовательская методология в современном социогуманитарном знании», опирается на Б1.В.ДВ.08.01 «Основы исследовательской деятельности», Б1.В.ДВ.08.02 «Основы проектного мышления» и является базой для Б1.В.07 «Маркетинг», Б2.В.03(П) «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», Б2.В.04(П) «Преддипломная практика», ФТД.В.01 «Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы».

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 44 часа.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости[4], промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								

Тема 1	Понятийный аппарат, проблемное поле.	8	2		2		4	Устный опрос
Тема 2	Теории и методы анализа массовой культуры. Исторические парадигмы в исследованиях XX – начала XXI веков.	8	2		2		4	Устный опрос
Тема 3	Информационная и коммуникационная составляющие в исследованиях современного состояния общества.	6	1		1		4	Устный опрос
Тема 4	Герой с тысячью лиц. Роль мифа в становлении современной (массовой) культуры	6	1		1		4	Устный опрос
Тема 5	Формирование индустрии культуры.	6	1		1		4	Устный опрос
Тема 6	Развитие медиа-индустрии	6	1		1		4	Устный опрос
Тема 7	Медиаискусство и массовая культура как культура масс медиа.	6	1		1		4	Устный опрос
Тема 8	Кинематограф и его типологии	6	1		1		4	Устный опрос
Тема 9	Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы	6	1		1		4	Устный опрос
Тема 10	Содержательный и инструментальный аспект Media в культурном производстве	6	1				4	Устный опрос
Тема 11	Индустрия поп-музыки и образы клиповой реальности	8	2		2		4	Устный опрос
	Промежуточная аттестация							Зачет с оценкой
Всего:		72	14		14		44	

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Понятийный аппарат, проблемное поле.	Понятие культура, объект и субъект культуры, языки и символы культуры, культурные коды, культурные ценности и нормы. Профессиональный и обыденный уровни культуры. Массовая культура – культура взаимосвязей между высоко специализированными областями социального бытия и субкультурой повседневности, обыденности, досуга. Средства массовой информации в структуре культурной коммуникации. Media – средство распространения информации, средство распространения массовой информации, средство распространения рекламы. Маркетинговые коммуникации. Целевые группы. Основные средства воздействия на целевые группы. Проблема межкультурной коммуникации в современном глобальном обществе. Культура и рынок. Рыночный ренессанс.
Тема 2	Теории и методы анализа массовой культуры. Исторические парадигмы в исследованиях XX – начала XXI веков.	Исторические парадигмы в исследованиях XX – начала XXI веков. Критика массовой культуры XX в. Подходы к изучению «культуры масс» первой трети XX в. Интеллектуальные, политические, социокультурные контексты. «Демократия в Америке» А. де Токвиля. Психология масс в учении З.Фрейда. Ключевые понятия для анализа форм массовой культуры: «толпа», «общество

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
		масс», «тирания большинства» и «демократия». Характеристики массового общества и культурных текстов в концепциях исследователей 1910-30-х гг. Массовое общество и культура в работах представителей «Франкфуртской школы»: «Диалектика Просвещения» Т. Адорно и М. Хоркхаймера, понятия культуриндустрии и культурного производства. Традиции критики культуриндустрии: «Общество спектакля» Ги Дебора. Масса как социальное образование (Д.Рисмен, Э.Фромм, Э.Канетти). Теория массового общества и его культуры Э.Шилза. Отличительные черты массового общества. Концепция ведущей роли культурного меньшинства и его кризиса Ф.Ливиса. Культурный пессимизм Ф.Ливиса. Концепция традиционной культуры рабочего класса и новых форм массовой культуры Р.Хогтарта. Исследования Р.Вильямса по проблемам культуры и общества. Семиотический подход к изучению массовой культуры, 1950-1960-е гг. Способы изучения феноменов массовой культуры в работах Р.Барта
Тема 3	Информационная и коммуникационная составляющие в исследованиях современного состояния общества.	«Постомодернистское общество», «Постиндустриальное общество», «супериндустриальная цивилизация» (О. Тоффлер, США), «научное общество» (М. Понятовский, Франция), «информационное общество» (Й. Масуда, Япония). Концепция Д.Белла, В.Бжезинского. «Информационная эпоха» (Кастельс). Коммуникационное общество. Развитие сферы «производства человека». Интеллектуальная собственность «многомерного человека». Новая основа общественных отношений. Информатизация и материальное производство. Ж.Дюмазедье «цивилизация досуга». «Цивилизация услуг» Фурастье. «Римский клуб». Теория информационной ценности (Theory of Information Value. Johan Galtung и Mari Holmoe Ruge (норвежские исследователи проблем мира)). Понятие «ценность» в медиакультуре. Ценность как общественно (т.е. рыночно) воспринимаемая совокупность качеств, воспринимаемых реципиентом. Ценность как убеждение людей о приемлемом поведении. Ценность и цена. Ценность и стоимость. Экономика символов и брендов. Экономика знаний. Двухэтажная, двухсекторная экономика как характерная черта складывающегося постиндустриального общества. Интеллектуальная собственность и авторское право в эпоху цифровой экономики. Постановка вопроса. Терминология. Законы. Ссылки. Гирт Ловинк Сквоттер, Киберпанк, Дейтадэнди, Амстердам и альтернативные ме-диастратегии. Брюс Стерлин "Медиа как трэш". Артур и Марилуиза Крокер "Data-trash Теория виртуального класса". Эстер Дайсон "Интеллектуальная собственность в сети".
Тема 4	Герой с тысячью лиц. Роль мифа в становлении современной (массовой) культуры	Особенности мифологического мышления. Функции мифа в культуре и их трансформация в XX веке. Различные подходы к исследованию мифологического (Лосев, Мелетинский, Пропп, Кэмпбелл, Барт). Взаимодействие мифологии с идеологией на протяжении XX века. Мифологические сюжеты в произведениях массовой культуры. Мифы, востребованные в современном обществе потребления.
Тема 5	Формирование индустрии культуры.	Массовая культура. Концепция двух культур. Ч.П.Сноу — Дж.Сантаяна, Х.Ортега-и-Гассет — Т.-С.Элиот — Д.Макдональд — Г.Гэнс. Понятия массы, толпы, публики. Концепции Н.Михайловского, Г.Тарда, Г.Лебона, Э.Берка. Психология масс в учении З.Фрейда. Масса как социальное образование (Д.Рисмен, Э.Фромм, Э.Канетти). Теория массового общества и его культуры Э.Шилза. Отличительные черты массового общества. Концепция ведущей роли культурного меньшинства и его кризиса Ф.Ливиса. Культурный пессимизм Ф.Ливиса. Концепция традиционной

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
		культуры рабочего класса и новых форм массовой культуры Р.Хогтарта. Исследования Р.Вильямса по проблемам культуры и общества. Концепция товарного фетишизма Т.Адорно. Понятие «ложных потребностей» у Г.Маркузе. Концепция культурной индустрии Т.Адорно и М.Хоркхеймера. Сектор производства материальных благ и услуг, сектор «производства человека». Накопление человеческого капитала и место рыночных отношений. К.Поппер - «открытое общество». «Открытое» общество и «закрытое» общество. Изменение уклада общественного строя. Эволюция представлений о роли культуры в обществе. Культура как ресурс развития. Переход к «Глоболокалистике». Сетевые технологии. «Гедонистическая концепция» и «новый культурный потребитель» Ж.Бодрийар.
Тема 6	Развитие медиа-индустрии	Политико-экономическая традиция изучения СМИ (К.Маркса.Грамши, Д. Смай Р. Пикар, А. Александер, Дж. Оуэн и Р. Карвет, и др.) Сдвоенный рынок товаров и услуг:1) содержание как товар; 2) аудитории как товар, производимый и доставляемый заказчикам СМИ. «Измеряемость» рынка СМИ: соотношение подписка + розница традиционных СМИ в ситуации рынка; рыночные характеристики вещательных программ и т.п. География рынка СМИ. Конкуренция СМИ на рынке содержания. Категория «заменимости» для средств массовой информации. Традиционные СМИ – нетрадиционные СМИ: принцип взаимодополнительности, товары-комплименты. СМИ и реклама. СМИ и кризисные явления в экономике. Аудитория как естественный и важнейший продукт/товар. Содержание как товар, услуга – «предложение» аудитории рекламодателям. Преобразование аудитории во второй половине XX в.. От традиционной схемы: «содержание как товар, услуга – «предложение» аудитории», к «содержанию как инструменту, производящему из аудитории «товар», доставляемого заказчикам (производителям, власти, общественным организациям и т.д.)». Индустрия содержания (англ. термин «content industry(-ies)» - «индустрия производства содержаний»). Многоаспектность процесса коммуникации. От теорий «магического снаряда» и «подкожной иглы» к теории ограниченных эффектов и снова к теориям масштабных воздействий, планируемых и непланируемых эффектов. От homo-self к homo-net.
Тема 7	Медиаискусство и массовая культура как культура масс медиа.	Теория В.Беньямина. Демократический потенциал массовой культуры. Массовая культура как профессиональная культура. Место средств массовой информации и средств массовой коммуникации в массовой культуре. «Глобальная деревня» М.Мак¬лю¬эна, его художественно-социологическая теория. Определяющая роль СМИ в культуре. «Горячие» и «холодные» средства массовой коммуникации. Различные взгляды на взаимоотношение культуры и технологий. Телевидение как технология и культурная форма: Р.Вильямс. Конструирование реальности в медиа. Медиа как идеологические государственные аппараты. Идеи Д.Лакана в изучении визуальных медиа. Проблема фрагментации современной массовой аудитории и смыслопроизводства. Теория декодирования медиасообщений С.Холла. Социальная роль телевидения Д.Мори. Идеи Бенвенисте. Серийность, тиражность
Тема 8	Кинематограф и его типологии	Виды кино, онтологическая и коммуникационная системы типологий, особенности игрового и неигрового кино, краткая история развития студий Голливуда, принцип «конвейерного» производства, жанровые модели в кинематограф. Постмодернистская критика Голливуда. Кинематограф в условиях

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
		новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов.
Тема 9	Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы	Лейтмотивы западноевропейского искусства и культуры в рекламе (логика ассоциаций и замещения; жажда магического, мотив нового Эдама. Супермодель и неонарциссизм, истоки трогательного, понятие стиля и стильности). Советская околорекламная эпоха (монументальный стиль эпохи больших свершений и камерный стиль отдыха от рутины. Образы классического искусства в советской рекламе. Реклама экспортируемых товаров). ТВ-реклама эпохи Перестройки и середины 1990-х годов (власть имиджа, денег, персонажи МММ, авторская реклама Юрия Грымова, историческая реконструкция в рекламе банка «Империал»). Современный период в рекламе – между гуманизмом, прагматикой и гламуром.
Тема 10	Содержательный и инструментальный аспект Media в культурном производстве	Виды и формы массовой коммуникации. Печатные медиа. Радио. Телевидение. «Видеокультура». Телевидение как технология. Телевидение как культурная форма. Телевидение как искусство. Тележанры: новости, ток-шоу, викторина, шок-шоу. Кинобизнес. Кинофестивали. Интернет. Территория пограничных искусств. Медиа-, видеоискусство и ТВ. История развития. Примеры. Медиа-, видеоискусство и звук. Медиа-, видеоискусство и кино. Медиа-, видео-и перформанс. Медиа-, видео- и интерактивный театр. Классификация медиаискусства Прото-медиаискусство. Узкоформатное и короткометражное экспериментальное кино. Медиа в концептуальном искусстве. Видеоарт. Медиа в перформативных жанрах современного искусства. Медиа (видео) инсталляции. Медиа инсталляция. Видеоинсталляция. Мультимедиа искусство. Интерактивность и проблема коммуникации в контексте философии деконструктивизма. Сетевое искусство. Расширение демографических границ. Обратная связь как принцип. Специфика выразительных средств. Характеристики содержания передаваемых сообщений. Культурно значимое со¬держание сообщений (осмысленность сообщения, адекватность сочетания привычного и нового материала; апелляция к личности реципиента; занимательность форм подачи материала). Культурная выразительность содержания. Сфера бытовой коммуникации (преимущественно межличностной). Сфера бизнес-коммуникации или делового общения. Сфера политического дискурса. Сфера научного дискурса. Сфера образовательного дискурса. Сфера шоу-бизнеса и спортивного бизнеса. Сфера туристического бизнеса. Международная коммуникация. Медицинский и юридический дискурс. Сфера религиозного дискурса. Специфика языка. Значимые аспекты содержания сообщений. Всеобщая доступность и социальная всеохватность. Специфика временных аспектов: дискретность, неоднородность, обратимость. Культура симулякра. Производство и тираж имиджей и брендов.
Тема 11	Индустрия поп-музыки и образы клиповой реальности	Исторический экскурс – зарождение и формирование индустрии поп-музыки, роль технического прогресса в изменении условий распространения и восприятия музыки. Система звёзд и лейблов. Смена парадигмы в конце 1990-х годов – пиринговая система распространения музыки. Крах традиционной индустрии звукозаписи. Система жанров и её трансформация на протяжении XX века. Эстетика популярной музыки. Обманчивая простота популярных песен. Влияние социального контекста на содержание поп-музыки. Экскурс в историю отечественной эстрады – от советской массовой песни к хит-параду 1990-х.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Текущий контроль успеваемости

4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости

В ходе реализации дисциплины «Массовая и медиакультура» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся: устный опрос.

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Обычно курс предполагает изучение одной темы в течении 2 занятий (2 недели). Тематика на каждый месяц дается в таблице выше. Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов обучающихся в группе.

Подготовка к практическим занятиям по дисциплине основывается на аналитической работе с текстом источника по теме пройденного занятия и включает подготовку к обсуждению избранного текста по каждой из тем в структуре дисциплины.

Для подготовки к практическим занятиям обучающийся использует список основной/дополнительной литературы и информационные ресурсы.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Зачет с оценкой в 4 семестре. Оценка складывается из трех компонентов:

- мини-эссе (20% итоговой оценки), объем мини-эссе составляет 400 слов
- мини-эссе (20% итоговой оценки, объем мини-эссе составляет 400 слов
- оценки за эссе (60% от итоговой оценки).

Темы эссе даются обучающимися на выбор из предварительного списка, в рамках которого они могут выбирать.

4.2.2. Типовые оценочные средства

Темы к мини-эссе 1:

1. «Постомодернистское общество», «Постиндустриальное общество». «Супериндустриальная цивилизация». «Научное общество». «Информационное общество». «Информационная эпоха» «Информационное общество». Коммуникационное общество.
2. «Производство человека» в современном обществе. «Многомерный человек».
3. Ж.Дюмазедье «цивилизация досуга». «Цивилизация услуг» Фурастье. «Римский клуб».
4. Теория информационной ценности (Theory of Information Value. Johan Galtung и Mari Holmoe Ruge (норвежские исследователи проблем мира)).
5. Концепции Ч.П.Сноу — Дж.Сантаян.
6. Концепции Х.Ортега-и-Гассет — Т.-С.Элиот — Д.Макдональд — Г.Гэнс.
7. Концепции Н.Михайловского, Г.Тарда, Г.Лебона, Э.Берка.
8. Масса как социальное образование (Д.Рисмен, Э.Фромм, Э.Канетти).
9. Теория массового общества и его культуры Э.Шилза. Концепция ведущей роли культурного меньшинства и его кризиса Ф.Ливиса.
10. Культурный пессимизм Ф.Ливиса.

11. Концепция традиционной культуры рабочего класса и новых форм массовой культуры Р.Хоггарта.

Темы к мини-эссе 2:

12. Исследования Р.Вильямса.
13. Концепция товарного фетишизма Т.Адорно. Понятие «ложных потребностей» у Г.Маркузе. Концепция культурной индустрии Т.Адорно и М.Хоркхеймера.
14. М.Маклюин – ранние и поздние аксиомы.
15. Постиндустриальное общество. Место культуры в постиндустриальном обществе.
16. Человеческий капитал в постиндустриальном обществе.
17. Медиаискусство и медиакультура в современной массовой культуре.
18. Типология ценности. Технологии работы с ценностью в медиа.
19. Ценность и цена в медиакультуре и медиаискусстве.
20. Формы, язык, содержание коммуникации в медиакультуре и медиаискусстве.
21. От традиционной схемы: «содержание как товар, услуга – «предложение» аудитории», к «содержанию как инструменту, производящему из аудитории «товар»
22. Многоаспектность процесса коммуникации в арт- и культурном производстве.
23. Сознательное и бессознательное, приемы манипулирования, специфические приемы суггестии, категоризация, убеждение в медиакультуре и медиаискусстве.

Темы эссе:

1. Медиакультура - профессиональный и обыденный уровень.
2. Медиаискусство и медиакультура в культуром и арт-производстве.
3. Роль медиакультуры в массовой культуре и искусстве.
4. Медиакультура в России, Западной Европе, США.
5. Теория и практика информации и медиакультура.
6. Теория и практика коммуникации и медиакультура..
7. Международные стандарты и национальная специфика – конфликт интересов на глобальном рынке Медиа. Культурологический аспект.
8. Власть и медиа. Власть и культура.
9. Роль медиа в глобализации современном обществе (Энди Уорхолл и Билл Гейтс).
10. Цензура в масс-медиа. Культурологический аспект.
11. Проблема авторского права, решаемая в медиакультуре.
12. Этические кодексы и этические проблемы глобальных медиа. Культурологический аспект.
13. Субкультуры и их практики (одну на выбор): к вопросу о культурной идентичности.
14. Фанаты и "звезды": форматы взаимодействия в рамках медиа-индустрии
15. Феномен глобального туризма в современной культуре.
16. Массовое творчество: творческое освобождение или торжество посредственности?
17. Молодежная культура и популярные ритуалы
18. Паблик арт и новые формы культурного активизма в современном городе
19. Роль Celebrities в массовой культуре

Эссе состоит из пяти частей (рекомендованные объемы частей написаны в скобках):

* обоснование выбора конкретной экономической или бизнес-ситуации, репрезентативной для конструирования гипотезы и исследовательского вопроса в пределах заявленной проблематики: содержит не только формулировку, но и демонстрирует ход рассуждений: посылки, аргументы, вывод. [не менее 3000 знаков].

* обоснование структуры кейсов, а также выбора методологии анализа и содержания критической позиции обучающегося по поводу предшествующей аналитики подобных бизнес-прецедентов [не менее 3000 знаков].

* демонстрация своей личной позиции, тезиса, который не может заключаться в простом согласии или несогласии с ранее озвученными методами [не менее 1000 знаков].

* доказательство своего тезиса — [не менее 3000 знаков].

* заключение, в котором автор кратко сопоставляет свою позицию с позицией автора текста и делает общий вывод по теме уже вне контекста анализируемого текста [не менее 2000 знаков].

Шкала оценивания

4 семестр:

Форма промежуточной аттестации	**Критерии оценивания**	**Оценка (баллы)**
Эссе и мини-эссе	Логичная структура с последовательным развитием тезиса. Аргументы прописаны полно, используется профессиональный язык, представлены адекватные иллюстрации к ним. Соблюдены орфографические, пунктуационные, стилистические нормы русского языка; композиция ясна и логична Работа выполнены строго в рамках академического стиля письма. Работа соответствует всем стандартам оформления учебных письменных текстов, библиография практически не содержит ошибок в оформлении списка литературы. Работа соответствует заявленной теме полностью. Суждения оригинальны, интерпретации отличаются новизной.	Зачтено «Отлично» (81-100)
	Структура логична, но аргументы в поддержку тезиса не всегда последовательны. Аргументы представлены полно, однако профессиональный язык используется не всегда, представлены адекватные иллюстрации к ним. Соблюдены орфографические, пунктуационные, стилистические нормы русского языка; композиция ясна и логична Работа написана в основном в рамках академического стиля письма, однако есть элементы публицистического стиля. Работа соответствует большинству стандартов оформления учебных письменных работ, библиография практически не содержит ошибок в оформлении списка литературы. Работа в основном соответствует заявленной теме, есть одно или два незначительных отступления в сторону. Суждения в основном оригинальны, интерпретации следуют общепринятой позиции по теме.	Зачтено «Хорошо» (61-80)
	Структура местами не логична, аргументы в поддержку тезиса не всегда последовательны. Аргумент не расписан, используются элементы профессионального языка, иллюстрации носят случайный характер. Есть нарушения орфографических, пунктуационных, стилистических норм русского языка, что затрудняет понимание текста Работа написана не в академическом стиле, однако содержит его элементы; Работа отклоняется от принятых стандартов оформления письменных учебных работ, библиография содержит значительное количество ошибок в оформлении списка литературы. Содержание работы в основном не соответствует теме, однако части ее соответствуют. Суждения следуют общепринятой позиции, однако их обоснование самостоятельно, интерпретации следуют общепринятой позиции по теме.	Зачтено «Удовлетво-рительно» (41-60)
	Структура местами не логична, аргументы в поддержку тезиса носят случайный характер. Аргументация отсутствует в тексте, профессиональный язык игнорируется.	Не зачтено (0-40)

	Текст содержит очевидно значительные и многочисленные отклонения от норм использования русского языка Работа написана не в академическом стиле. Работа отступает от большинства стандартов оформления письменных учебных работ, библиография оформлена не по принятым правилам оформления списка литературы. Содержание работы не соответствует теме. Суждения следуют общепринятой позиции, отсутствует самостоятельное их обоснование, попытки самостоятельной интерпретации отсутствуют из-за ссылок на авторитеты.	

4.3. Методические материалы

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (семинары), так и различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств обучающихся и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

Знание курса поможет обучающемуся повысить интерес к профессиональной подготовке, изучению специальных дисциплин; получить навык самостоятельной работы в библиотеке с учебной и монографической литературой при подготовке к семинарским занятиям, практикумам.

Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе является самостоятельной научной работой, выполненной в соответствии с тематикой и проблематикой пройденной учащимися дисциплины. В процессе выбора темы и постановки проблемы эссе обучающимся рекомендуется консультироваться с преподавателем.

Рекомендованная структура эссе:

1) Титульный лист.
2) Оглавление.
3) Введение (подробное обоснование темы, постановка проблемы).
4) Основная часть: изложение материала, подкрепленного ссылками на использованные источники, концептуальная часть, рабочие понятия, критическая аргументация, эмпирические данные, организация и результаты собственного исследования (если проводилось). Основная часть работы должна быть разделена на главы или параграфы, имеющие содержательное название.
5) Заключение (выводы).
6) Список использованной научной литературы и источников.

Оформление письменной работы

Письменная работа должна быть оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями. В противном случае она не принимается к оцениванию.

Текст печатается через 1,5 интервала шрифтом Times New Roman, кегль 12.

Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного листа, однако номер страницы на нем не ставится.

Введение, каждая глава, заключение, список использованной литературы и приложения начинаются с новой страницы.

Таблицы и рисунки имеют отдельную сквозную нумерацию и название.

Ссылка на используемую литературу оформляется в виде сноски внизу страницы.

Нумерация сносок сквозная для каждой страницы текста. При первом упоминании источника выходные сведения указываются в полном объеме.

Пример:

Кутепов В. И., Виноградова А. Г. Искусство Средних веков. М.: Проспект, 2006. С. 144.

Адорно Т. В. К логике социальных наук // Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

или, если о данной статье говорится в тексте документа: Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому документу, то в начале ссылки приводят слова: «Цит. по:» (цитируется по) с указанием источника заимствования.

Пример:

Цит. по: Флоренский П. А. У водоразделов мысли. М., 1990. Т. 2. С. 27.

Повторную ссылку на один и тот же документ (группу документов) или его часть приводят в сокращенной форме.

Пример:

первичная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. М.: КНОРУС, 2010. С. 19.

повторная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. С. 23.

При последовательном расположении на одной странице первичной и повторной ссылок текст повторной ссылки заменяют словами «Там же» или «Ibid.» (ibidem) для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу первоисточника к словам «Там же» добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Там же» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2004. С. 58.

Повторная ссылка: Тамже. С. 81.

Первичная ссылка: Patton M. Q. Developmental evaluation: applying complexity concepts to enhance innovation and use. New York: Guilford Press, 2010. Pp. 27.

повторная ссылка: Ibid. Pp. 96.

В повторных ссылках, не следующих за первичной ссылкой и содержащих запись на один и тот же документ, приводят фамилию автора, а основное заглавие и следующие за ним повторяющиеся элементы заменяют словами «Указ. соч.» (указанное сочинение), «Цит. соч.» (цитируемое сочинение), «Op. cit.» (opus citato — цитированный труд) — для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу к словам «Указ. соч.» (и т.п.) добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Указ. соч.» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Козырев Г. И. Введение в конфликтологию. М.: Владос, 1999. С. 86.

повторная ссылка: Козырев Г. И. Указ. соч. С. 140.

Первичная ссылка: Putnam H. Mind, language and reality. Cambridge: Cambridge University Press, 1979. Pp. 12–13.

повторная ссылка: Putnam H. Op. cit. P. 25.

Ссылка на первоисточник в тексте осуществляется посредством указания в круглых скобках фамилии автора монографии или статьи и года издания работы, например, (Дюркгейм, 1995) или (Øvretveik, 1996).

Список литературы в конце работы имеет сквозную нумерацию источников. Сначала указываются нормативные акты, затем — монографии, научные статьи и другие источники.

Пример:

Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 3 февраля 1996 г. // Собрание Законодательства РФ. 1996. № 6. Ст. 492.

Принцип расположения остальных источников — алфавитный порядок фамилий авторов (отдельно на русском и английском языках). Сначала указывается фамилия автора, затем его инициалы. Если в список включаются несколько работ одного и того же автора, то в случае монографических публикаций работы располагаются по хронологическому принципу (опубликованные в одном и том же году снабжаются буквенными индексами, например, 2007а и 2007б), а затем идут работы в соавторстве.

При описании источника указываются: фамилия и инициалы автора, название монографии или статьи; для монографий — место и год издания, количество страниц; для статей — название журнала или коллективной монографии, год издания, том, номер, страницы.

Пример описания монографий:

Бахтин М. М. Формальный метод в литературоведении: критическое введение в социальную поэтику. М.: Лабиринт, 2003. 192 с.

Гуманистический подход к охране здоровья / Отв. ред. Н. Берковитц. М.: АспектПресс, 1998. 213 с.

Campbell P. H. The integrated programming team. London: Ashgate, 1987. 176 p.

Helping people change: a textbook of methods / Eds. F. H. Kanfer, A. P. Goldstein. Boston: Allyn and Bacon, 1991. 285 p.

Пример описания статей:

Владимирова И. М., Овчинников Б. В. Методика психологического консультирования в социальной работе // Вестник психосоциальной и коррекционно-реабилитационной работы. 1996. № 2. С. 14–30.

Шульман Л. Консультации // Энциклопедия социальной работы: В 3 т. / Под ред. Л. Э. Кунельского, М. С. Мацковского. М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1994. Т. 2. С. 31–34.

Øvretveit J. Five ways to describe a multidisciplinary team // Journal of Interprofessio-nal Care. 1996. № 2. Pp. 48–63.

При оформлении электронных ссылок для обозначения электронного адреса используют аббревиатуру «URL» (Uniform Resource Locator — унифицированный указатель ресурса).

Пример:

Жилищное право: актуальные вопросы законодательства: Электронный журнал. 2007. № 1. URL: http://www.gilpravo.ru (дата обращения: 20.08.2007).

или, если о данной публикации говорится в тексте документа: URL: http://www.gilpravo.ru

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Массовая и медиакультура» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки ведения публичной дискуссии, умения аргументировать и защищать выдвигаемые в них гипотезы, утверждения, положения.

Организация деятельности обучающегося по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности обучающегося

Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям обучающимся необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления обучающихся по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, обучающийся обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные обучающиеся должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия обучающемуся рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала обучающемуся следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Лекционные занятия	Аудиторная форма занятий, предполагающая монологическое изложение преподавателем одной из тем дисциплин. Основная цель лекции – постановка и освещение проблемы, достижение понимания обучающимися предоставляемой информации, стимулирование интереса к изучаемому предмету.
Эссе	Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы. В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана обучающимся как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена обучающимся, исходя из его желания и научного интереса. Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов. Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.

Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов обучающихся в группе, а также динамики групповой и индивидуальной работы. Далее дается описание вопросов и соображения, которые нужно иметь ввиду, когда вы оцениваете ответы обучающихся.

Примерный регламент подготовительного этапа при подготовке к зачету (подготовка эссе дома):

- На написание эссе дается не менее 2-х недель.
- Обучающийся работает с источниками и вторичной литературой к нему.
- Эссе выполняется по структуре, предложенной преподавателем.
- В тексте эссе должны быть соблюдены основные требования, предъявляемые к академическому тексту: оформление цитирования, ссылок, библиографического описания.
- Обучающийся обязан сдать работу в срок, установленный преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

6.1. Основная литература.

1. Кириллова Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Б. Кириллова. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2014. — 184 c. — 978-5-7996-1360-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/68440.html
2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/441464

6.2. Дополнительная литература.

1. Культура массовых коммуникаций : учебно-методический комплекс дисциплины по направлению подготовки 51.03.01 (033000.62) «Культурология», профиль «Социокультурное проектирование», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / составители Д. В. Думанский. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2014. — 40 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/55787.html
2. Культурология. Теория и история культуры [Электронный ресурс] : учебник / Е.Я. Букина [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 282 c. — 978-5- 7782-1991- 5. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/44798.html
3. Чернатони Л., МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2012. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10493.html

4. Буряковская, В. А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков) : монография / В. А. Буряковская. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2014. — 228 с. — ISBN 978-5-9935-0336-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/40829.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Порядок организации и осуществления в Образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «Московская высшая школа социальных и экономических наук» образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры (утвержден приказом ОПНО «МВШСЭН» №27 от 20.05.2019)

6.4.Нормативные правовые документы.

Конституция Российской Федерации.

6.5.Интернет-ресурсы, справочные системы.

1. Arns I. Notes on the Aesthetics of Dysfunctionality, or: Why Some of Us Don't Want to Become 'Masters'. http://www.v2.nl/~arns/Texts/Media/dys-funct.html
2. Baudrillard J. Strike Of Events. Ctheory. http://www.ctheory.com/
3. Bey H. The Information War. Ctheory. http://www.ctheory.com/
4. Broeckman A. Macnine Aesthetics — A Conversation. Rhizome. http://www.rhizome.com
5. Broeckman A. Net.Art, Machines, and Parasites. Nettime. http://www.factory.org/nettime/
6. Flusser V. On Branches and Sticks, or: What is Freedom Good for? Ctheory. http://www.ctheory.com/
7. Hillis K. Fractured Flesh. Ctheory. http://www.ctheory.com/
8. Kittler F. The History of Communication Media. Ctheory. http://www.ctheory.com/
9. Kroker A., Marilouise. Body Delirium. Ctheory. http://www.ctheory.com/
10. Kroker A., Marilouise. Global Algorithm 1.0: The Global. Algorithm. Ctheory. http://www.ctheory.com/
11. Manovich L. Behind the Screen / Russian New Media. Ctheory. http://www.ctheory.com/
12. Manovich L. Database as a Symbolic Form. Nettime. http://www.desk.nl/~nettime/; http://www.factory.org/nettime/
13. Shulgin A. Net art — the origin http://www.factory.org/nettime/
14. Sterling B. Global Algorithm 1.9: Unstable Networks. Ctheory. http://www.ctheory.com/
15. Virilio P. Speed and Information: Cyberspace Alarm! Ctheory. http://www.ctheory.com/
16. Zielinski S. Media Archaeology. Ctheory. http://www.ctheory.com/
17. ZKP 1, 2, 3, 4. Nettime. http://www.desk.nl/~nettime
18. Вирилио П. Интервью. http://www.dux.ru/festival/ .
19. Горючева Т. Новая тактика новых медиа: Мультирациональность. http://www.sccamoscow.ru/gif/lab/myth/g0/goruch.htm .
20. Лялина О., Шульгин Ай. Сети для художника, http://www.zhur-nal.ru/netart/ .
21. Шишко О. Пути развития искусства новых технологий в Москве за последнее десятилетие — от видео-арта до нет-арта. http://www.sccamoscow.ru/gif/lab/myth/sh0/shiko.htm.

22. Шульгин А. Art, Power, and Communication. Манифест. http://www.zhurnal.ru/netart/manifest/
23. Шульгин А. Классификация нет-арта. http://www.zhurnal.ru/net-art/classification/index.htm

6.6.Иные рекомендуемые источники.

1. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. М., Ад Маргинем Пресс. 1997. Режим доступа: http://prepod.nspu.ru/file.php/192/Bart_R._-_Camera_lucida._Kommentarii_k_fotografii_-2011.pdf
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994. – С. 384-391. Режим доступа: http://www.hist.bsu.by/images/stories/files/uch_materialy/muz/3_kurs/Estetika_Leschinskaya/4.pdf
3. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М., 1996. Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/text/19193484/
4. Бодрияр Ж. Система вещей. М., 1995. Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/philosoph/baudrillard-le- systeme-des- objets-8l.pdf
5. Фуко М. Археология знания. Киев, 1996. Режим доступа: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/fuko_arh/
6. Foresta D. Monde Multiples. Editions BaS, 1991. Режим доступа : http://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_1993_num_21_1_1039

7.Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; укомплектована специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, обеспечивающими реализацию проектируемых результатов обучения.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Для обеспечения преподавания дисциплины требуется помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Информационные справочные системы и ресурсы:
ЭБС «IPRbooks» http://www.iprbookshop.ru/
ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
Lexis Nexis Academic (Lexis Uni) https://lexisnexis.com/
ЭБС «Мобильная библиотека ЛитРес» http://biblio.litres.ru/
ЭБС «Юрайт» https://biblio-online.ru/
Информационная справочная система Консультант Плюсhttp://www.consultant.ru/
Информационная справочная система Гарант http://www.garant.ru/
Профессиональная база данных Scopus https://www.scopus.com/
Профессиональная база данных Web of Science (WoS) https://webofknowledge.com/

Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

База исследований аудитории СМИ компании «Медиаскоп» https://mediascope.net/services/media/media-audience/dannye_issledovaniy_auditorii_smi/

База аналитических проектов РАЭК https://raec.ru/activity/analytics/9884/

Для обеспечения преподавания дисциплины используется набор демонстрационного оборудования:

- ноутбук (Windows 8.1 или 10) с программным обеспечением LibreOffice и (или) моноблок (Win 8.1) с программным обеспечением Office Standart
- проектор.