

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Гуманитарный институт
Кафедра теории, истории и философии культуры



УТВЕРЖДАЮ

Директор ИГУМ

Е.В. Горопова

2017 г.

КУЛЬТУРА МАСС-МЕДИА

Учебный модуль по направлению подготовки
51.03.01- Культурология
Профиль «Управление в социокультурной сфере»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебного отдела
Н.Г. Федотова
23.01. 2017 г.

РАЗРАБОТАЛ:

доцент кафедры ТИФК
Смирнов В.А.
В. Смирнов 22 января 2017 г.

Принято на заседании кафедры
Протокол № 5 от 23.01.2017 г.
Заведующий кафедрой ТИФК
С.А. Маленко
23 января 2017 г.

1. Цели и задачи учебного модуля

Цели учебного модуля – сформировать компетентностный ресурс знаний особенностей медийной среды для применения знаний и умений, полученных в ходе освоения модуля, в профессиональной деятельности, связанной с управлением в социокультурной сфере.

Задачи УМ:

- сформировать представление студентов о многообразных проявлениях современной медиакультуры, о взаимосвязи культуры и масс-медиа для овладения теоретическими основами, категориями и концепциями, связанными с изучением основных форм культуры масс-медиа, ее процессов и практик;
- познакомить студентов с современными концепциями, раскрывающими особенности функционирования и динамику развития культуры масс-медиа;
- сформировать навыки оценки влияния СМИ на современные культурные процессы, формы, практики;
- способствовать выработке критического мышления, глубокой рефлексии собственного опыта потребления медийных текстов для овладения теоретическими основами, категориями и концепциями, связанными с изучением основных форм культуры масс-медиа, ее процессов и практик.
- сориентировать студентов на использование знаний о культуре масс-медиа в процессах исследования современных культурных форм, процессов и практик для овладения теоретическими основами, категориями и концепциями, связанными с изучением основных форм культуры масс-медиа, ее процессов и практик.

2. Место учебного модуля в структуре ОП направления подготовки

Модуль «Культура масс-медиа» входит в вариативную часть образовательной программы. Изучается в 7 семестре.

К исходным требованиям, необходимым для изучения модуля «Культура масс-медиа», относятся знания, умения и виды деятельности, сформированные в процессе изучения модулей «История культурологии», «Семиотика культуры», «Архетипы и символы в межкультурной коммуникации», «Антропология культуры».

Модуль «Культура масс-медиа» может быть основой для изучения модулей «PR и брендинг в сфере культуры», «Корпоративная и деловая этика», «Современное искусство и массовое общество».

3. Требования к результатам освоения учебного модуля

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-1: Способность владеть теоретическими основами и методами культурологии, категориями и концепциями, связанными с изучением культурных форм, процессов и практик.	Базовый	Теоретические основы, методы, категории и концепции функционирования культуры масс-медиа, связанные с изучением ее процессов и практик.	Использовать в профессиональной деятельности понятия и закономерности функционирования культуры масс-медиа, с опорой на методы, категории и концепции, связанные с изучением ее процессов и практик.	Навыками применения понятий и закономерностей функционирования культуры масс-медиа, с опорой на методы, категории и концепции, связанные с изучением ее процессов и практик.

. Структура и содержание учебного модуля

4.1. Трудоемкость учебного модуля

. Трудоемкость учебного модуля

Учебная работа (УР)	Всего	Распределение по семестрам (8 семестр)	Коды формируемых компетенций
Трудоемкость модуля в зачетных единицах (ЗЕ)	3	3	
Распределение трудоемкости по видам УР в академических часах (АЧ):	54	54	
- лекции	18	18	ОПК-1
- практические занятия	36	36	
- лабораторные работы	-	-	
- аудиторная СРС	9	9	
- внеаудиторная СРС	54	54	
Аттестация:			
- зачет			

4.2. Содержание и структура разделов учебного модуля

Тема 1. Масс-медиа: введение в проблематику.

Определения понятий: масс-медиа, медиасреда, культура масс-медиа. Медиа как средства создания символического пространства социального взаимодействия. Медиа как посредники в структуризации общедоступной образно-смысловой среды существования людей. Роль и значение медийной коммуникации в современном мире. Особенности культурных практик в сфере масс-медиа. Масс-медиа как предмет культурологического анализа. Институциональная структура медиа. Типология и эволюция современных масс-медиа. Медиа как «внешние расширения человека» в концепции М. Маклюэна. Коммуникация как способ репрезентации культурных практик. Виды, типы и средства коммуникации. Коммуникативный процесс и его особенности с участием масс-медиа. Классическая модель процесса коммуникации Г. Лассуэлла: коммуникатор – сообщение – канал передачи – коммуникант – обратная связь. Теоретические модели коммуникации (математическая К. Шеннона, диалогическая М. Бахтина, социально-философская Ю. Хабермаса, экзистенциалистская К. Ясперса, семиотическая У. Эко и другие). Массовая коммуникация и факторы ее теоретического обоснования: массовая аудитория, средства коммуникации, социальная значимость информации, многоканальность. Стратегия массовой коммуникации.

Тема 2. Теории и концепции культуры масс-медиа.

Истоки социологических исследований массовой коммуникации: Ч. Кули (средства организации общения); У. Липпман, Дж. Дьюи (роль масс-медиа в обществе); Р. Мертон, П. Лазарсфельд (генезис теоретической традиции). Представления о функциях масс-медиа в обществе. Функциональный анализ массовой коммуникации в концепциях Н. Лумана, де Флюэра, А. Моля. Взгляд теоретиков Франкфуртской школы на масс-медиа в контексте проблемы социального доминирования и символического насилия. Теории социального воздействия масс-медиа: «волшебной пули», двухступенчатого порога информации (П. Лазарсфельд), «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман), когнитивного диссонанса (Л. Фестингер), «навязывания повестки дня».

Характеристика информационного общества и его культурных особенностей. Статус масс-медиа в информационном обществе. Постиндустриальное общество Д. Белла, общество «третьей волны» Э. Тоффлера. Информация, средства передачи информации и их значимость в современной социокультурной системе. Формирование с помощью масс-медиа глобальной коммуникативной системы. М. Кастельс о сетевом обществе и культуре «реальной виртуальности».

Семиотика – наука о знаках и знаковых системах. Знаковый характер коммуникативных процессов, актуализация смысловых параметров

коммуникации. Сообщения масс-медиа как тексты. Язык с позиции знаковой системы (Ф. Де Соссюр). Подвижность границ означаемого и означающего. Классическая триада семиотики (Ч. Моррис). Семантика: выявление глубинных семантических структур (анализ концептов) в текстах масс-медиа как прояснение семиотической цепочки. Синтактика и ее потенциал кода: кодирование, декодирование медиасообщений (У. Эко, С. Холл). Прагматический уровень познания медийных текстов: культурный контекст и субъективизм. Социокультурные характеристики отправителя и получателя сообщений масс-медиа.

Информация как концептуальное ядро культуры масс-медиа. Реальность, гиперреальность и виртуальная реальность. Конструирование социальной реальности с помощью масс-медиа. Симулякры и симуляция современного общества (Ж. Бодрийяр). Версии реальности (Дж. Ваттимо). Общество спектакля в масс-медийной практике (Ги Дебор). Масс-медиа в зеркале теории символической власти (П. Бурдьё). Теория медиавируса: тайный контроль за массовым сознанием (Д. Рашкофф). Н. Постман: экспансия развлекательности в медиа. Проблема коммуникативного статуса масс-медиа: однонаправленное воздействие или средство для диалога?

Тема 3. Идеология и масс-медиа.

Идеология как процесс легитимации власти с помощью трансляции определенных норм, убеждений и ценностей. Критическая трактовка идеологии в марксизме (традиция «расколдовывания ложного» идейного мира). Идеология как средство достижения гегемонии правящего класса (А. Грамши). Масс-медиа как пространство борьбы за политическое доминирование. Идеология у Л. Альтюссера: система представлений, навязывающая определенный образ жизни. Идеология и масс-медиа. «Фоновый», невидимый характер идеологических позиций (идеалы общества, поведенческие стереотипы) в текстах масс-медиа. Идеология как механизм регулирования социального взаимодействия; функция символического шаблона. Знаковый характер идеологии.

Тема 4. Масс-медийные практики современного общества.

Масса, человек массы, общество массы, массовая аудитория. Концепция «массового общества» в зеркале критической теории. Интерпретация культуры масс-медиа с позиции «индустрии культуры» (А. Хоркхаймер, Э. Адорно), «одномерного человека» (Г. Маркузе). Масс-медиа и рынок (Э. Фромм). Масс-медиа и сфера публичной коммуникации, медиа и масса (Х. Аренд, Ю. Хабермас). Аудитория масс-медиа в контексте научной традиции изучения психологии масс (Г. Лебон, Г. Тард). Психологические эффекты воздействия на аудиторию. Манипулятивные возможности масс-медиа (С. Кара-Мурза). Культура масс-медиа: новая формула массовой культуры в информационном обществе. Функции культуры масс-медиа. Культура масс-медиа как пространство мифа, образа и визуальных сигналов. Замещение письменных кодов аудиовизуальными. Мультимедийные коды. Насыщенное производство и

потребление образов. Образ и спектакль в культуре масс-медиа (Ги Дебор). Культура фрагмента. Клиповое сообщение в масс-медийной практике. Скорость передачи сообщений в культуре масс-медиа. Мифологичность культурного пространства (Э. Кассирер, Р. Барт). Культура масс-медиа как генератор мифов. Телевизионные коды и их особенности. Способы изучения экранной, клиповой культуры (уровни кодирования смыслов, контент-анализ, дискурс-анализ).

Основные верифицируемые формы культуры масс-медиа. Представление информации на экране: феномен новостей. (Н. Постман, Т.А. Ван Дейк). Телесериалы как неотъемлемый атрибут культуры масс-медиа. Сюжетные линии, персонажи, нарратив и культурный контекст сериалов (Дж. Фиске). Ток-шоу как культурный феномен. Структура ток-шоу, его коммуникативные особенности и репрезентативные свойства. Реалити-шоу как образец размывания границ частного и публичного. «Экспансия смеха» в масс-медийной культуре. Музыкальные текст масс-медиа: стихия клипа и образа.

Контроль качества освоения студентами учебного модуля «Культура масс-медиа» осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Для оценки качества освоения модуля используются формы контроля: текущий - регулярно в течение всего семестра; рубежный - на девятой неделе и семестровый - по окончании изучения учебного модуля.

Текущий контроль осуществляется во время выполнения практических аудиторных и внеаудиторных заданий, проведения предусмотренных программой форм оценки знаний.

Рубежный контроль осуществляется посредством суммирования баллов текущего рейтинга за период обучения с первой по девятую неделю.

Семестровый (промежуточный) контроль осуществляется посредством суммирования баллов за весь период обучения при условии, что текущий рейтинг по каждому из контрольных мероприятий по данному модулю не ниже уровня успеваемости.

Оценка качества освоения модуля осуществляется с использованием фонда оценочных средств (ФОС), разработанного для учебного модуля «Культура масс-медиа», по всем формам контроля в соответствии с Положением НовГУ «Об организации учебного процесса по образовательным программам высшего образования» и Положением НовГУ «О фонде оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации студентов и итоговой аттестации выпускников» .

Содержание видов контроля и их график отражены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля.

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля представлено «Картой учебно-методического обеспечения» (Приложение Б).

7. Материально-техническое обеспечение учебного модуля.

Для освоения учебного модуля «Культура масс-медиа» и проведения всех видов занятий, образовательных технологий требуется соответствующее материально-техническое обеспечение:

- аудиторное помещение;
- компьютер или ноутбук;
- мультимедийный проектор;
- экран;
- программное обеспечение (программа POWER POINT);
- библиотечный фонд с необходимой литературой.

8. Перечень приложений.

Приложение А. «Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля»

Приложение Б. «Технологическая карта»

Приложение В. «Карта учебно-методического обеспечения».

Рабочая программа учебного модуля «Культура масс-медиа» предусматривает использование в учебном процессе определенного набора образовательных технологий при организации теоретического обучения и практических занятий с целью повышения эффективности процесса формирования предусмотренных в программе знаний, умений и навыков студентов.

Учебный модуль «Культура масс-медиа» носит практический характер. Спектр образовательных технологий, используемых для лекционных и практических занятий, рекомендуется соотносить с содержанием модуля. В соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки 51.03.01 «Культурология», образовательный процесс необходимо построить с учетом интенсивного использования интерактивных занятий со студентами, повышающих их активность во время освоения учебного материала.

Использование разнообразных интерактивных технологий обучения является логическим продолжением общей образовательной стратегии учебного модуля, суть которой выражается в комплексном действии трех основных методов обучения: модульно-рейтинговое, проблемное и развивающее обучение.

Модульно-рейтинговое обучение при разработке учебного модуля «Культура масс-медиа» выразилось в следующих аспектах:

- содержание модуля сформировано из четырех дополняющих друг друга тем, на освоение каждой из которых выделяется определенное количество академических часов;
- в процессе освоения модуля студенты (в результате участия в интерактивных формах обучения, выполнения самостоятельных заданий),

имеют возможность увеличивать и самостоятельно регулировать уровень знаний, умений и навыков, тем самым могут повышать или понижать свой рейтинг в его освоении.

Рейтинговая оценка различных форм самостоятельной работы студента содержится в Технологической карте данного учебного модуля (Приложение Б рабочей программы учебного модуля «Культура масс-медиа»).

Принципы организации освоения модуля «Культура масс-медиа» построены исходя из ориентации на результат обучения и тесно связаны с формированием знаний, умений и навыков, обозначенных в компетенциях (см. п. 3 рабочей программы).

Организация освоения учебного модуля «Культура масс-медиа» предполагает также планирование определенных форм проведения лекционных и практических занятий, которые бы обеспечили максимальную эффективность процесса освоения предусмотренных знаний, умений и навыков. Рекомендуемые формы занятий по изучению учебного модуля «Культура масс-медиа» см. ниже.

2. Методические рекомендации по формам проведения занятий, организации СРС и оценке знаний при освоении учебного модуля

ТЕМА 1. Масс-медиа: введение в проблематику.

1.1. Содержание темы обеспечивает формирование следующих показателей компетенций:

Знание понятий, связанных с культурой масс-медиа;

Умение находить информацию, касающуюся использования данных знаний в профессиональной деятельности.

Владеть навыками практической работы с литературой и источниками.

1.2. Рекомендуемая форма проведения занятий и содержания СРС:

Лекции		Практические занятия		СРС	
Тема лекции	Форма проведения	Тема семинара	Форма проведения	Аудиторная (2 ч)	Внеаудиторная (13 ч.)
Роль и значение медийной коммуникации в современном мире.	Проблемная лекция	1. Теоретические модели коммуникации.	Подготовка и обсуждение реферата	• знакомство с рабочей программой • консультация по проведению семинаров и оценке знаний	• знакомство с учебной литературой; • написание реферата,
Особенности культурных практик в сфере масс-медиа.	Проблемная лекция	2. Массовая коммуникация.			
Институциональная структура медиа. Типология и эволюция современных	Проблемная лекция	3. Институциональная структура медиа. 4. Типология и эволюция современных масс-медиа. 5. Классическая модель процесса коммуникации Г.			

масс-медиа.		Лассуэлла.			
Коммуникация как способ репрезентации культурных практик.	Проблемная лекция	6. Медиа как средства создания символического пространства социального взаимодействия.			

1.3.Рекомендуемая литература по теме:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции : учеб. пособие для вузов. - М. : Аспект-Пресс, 2005. - 175,[1]с. - Слов.:с.171-174.
2. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 239,[1]с. - (Высшее профессиональное образование, Связи с общественностью). - Библиогр.в конце гл. - Прил.:с.226-238.
3. Романов А.А. Массовые коммуникации : учеб. пособие для вузов. - М. : Вузовский учеб., 2009. - 234,[2]с. : ил. - (Вузовский учебник). - Библиогр.:с.232-233.
4. Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие : для вузов / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современ. коммуникац. систем и технологий. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°» : Издательство Шаркова, 2012. - 318, [1] с. : ил. - Прил.: с. 303-318.
5. Малейко Г. У. Политическая психология в терминах, схемах и тестах / Г. У. Малейко ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2006. - 83с. - Библиогр.:с.67. - Прил.:с.68-81.
6. Федотова Н.Г. «Теория и культурные практики массовой коммуникации»: Учебно-методическое пособие. В. Новгород, 2008.

1.4.Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое массовая культура?
2. Какими специфическими признаками отличается массовая культура?
3. Назовите и охарактеризуйте по специфическим признакам жанры массовой культуры.
4. В каких исторических условиях возникает массовая культура?
5. Каковы экономические предпосылки становления массовой культуры?

1.5.Средства оценки знаний и навыков:

А) Выполнение домашнего задания

Студентам предлагается подготовиться и аргументировано обосновать свою точку зрения на ряд ключевых для курса проблемы.

Список проблем для домашнего задания:

1. Концепт «коммуникация» в современном гуманитарном знании.
2. Массовая коммуникация: концептуальные грани культурного феномена.
3. Информация как важный компонент социокультурного контекста современности.
4. Медиа в ракурсе семиотического анализа.
5. Масс-медиа как инструмент создания гиперреальности.

Б) Написание реферата.

Реферативная работа является частью самостоятельной работы студента, но также используется как средство оценки полученных ими знаний, умений и навыков. Реферативная работа является средством текущего контроля знаний. В реферате студент излагает в письменной форме результаты теоретического анализа заранее полученного источника, а также собственный взгляд на представленную концепцию и ее автора.

Возможные темы для рефератов:

1. Зарождение массовой культуры на Западе.
2. Влияние НТР на появление массовой культуры.
3. Истоки массовой культуры.
4. Массовая культура и сознание современного человека.
5. Масс-медиа в развитии массовой культуры.
6. Феномен толпы и стандартизация общества.
7. Человек и техника.
8. Философия массовой культуры.
9. Взаимосвязь постмодернизма с массовой культурой.
10. Массовое сознание и культура.

1.6. Максимальное количество баллов текущего рейтинга при освоении темы - 37 баллов:

теоретические занятия - **0-1 балла** (посещение);

практическое задание - **0-6 баллов** (способы решения конфликтных ситуаций и активная работа в группе);

выполнение домашней работы - **0-10 баллов** (в соответствии с критериями оценки);

написание реферата - **0-20 баллов** (в соответствии с критериями оценки).

ТЕМА 2. Теории и концепции культуры масс-медиа.

2.1. Содержание темы обеспечивает формирование следующих показателей компетенций:

Знание основных теорий и концепций культуры масс-медиа;

Умение применять содержательные аспекты теоретического осмысления феномена масс-медиа через призму разных подходов для решения практических задач;

Владение навыками применения знаний теорий и концепций масс-медиа в практической деятельности.

2.2.Рекомендуемая форма проведения занятий и содержания СРС:

Лекции		Практические занятия		СРС	
Тема лекции	Форма проведения	Тема семинара	Форма проведения	Аудиторная (2 ч)	Внеаудиторная (13 ч.)
Истоки социологических исследований массовой коммуникации.	Проблемная лекция	1. Истоки социологических исследований массовой коммуникации. 2. Критические теории массовой культуры. 3. Социологический подход к изучению массовой культуры. 4. Теории социального воздействия масс-медиа.	Подготовка и обсуждение сообщения	• подготовка к контрольной работе	• подготовка к семинару; • подготовка к собеседованию • подготовка реферата
Функциональный анализ массовой коммуникации в концепциях Н. Лумана, де Флюэра, А. Моля.	Проблемная лекция				
Семиотический подход к изучению масс-медиа.	Проблемная лекция				

2.3.Рекомендуемая литература по теме:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции : учеб. пособие для вузов. - М. : Аспект-Пресс, 2005. - 175,[1]с. - Слов.:с.171-174.
2. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 239,[1]с. - (Высшее профессиональное образование, Связи с общественностью). - Библиогр.в конце гл. - Прил.:с.226-238.
3. Романов А.А. Массовые коммуникации : учеб. пособие для вузов. - М. : Вузовский учеб., 2009. - 234,[2]с. : ил. - (Вузовский учебник). - Библиогр.:с.232-233.
4. Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие : для вузов / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современ. коммуникац. систем и технологий. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°» : Издательство Шаркова, 2012. - 318, [1] с. : ил. - Прил.: с. 303-318.
5. Малейко Г. У. Политическая психология в терминах, схемах и тестах / Г.

У. Малейко ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2006. - 83с. - Библиогр.:с.67. - Прил.:с.68-81.

6. Федотова Н.Г. «Теория и культурные практики массовой коммуникации»: Учебно-методическое пособие. В. Новгород, 2008.

2.4 Вопросы для самоконтроля:

1. В чем суть взгляда теоретиков Франкфуртской школы на масс-медиа в контексте проблемы социального доминирования и символического насилия?
2. В чем суть теории социального воздействия масс-медиа: «волшебной пули», двухступенчатого порога информации (П. Лазарсфельд), «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман), когнитивного диссонанса (Л. Фестингер), «навязывания повестки дня»?
3. Дайте характеристику информационного общества и его культурных особенностей?
4. Что такое постиндустриальное общество Д. Белла?
5. В чем заключается специфика общества «третьей волны» Э. Тоффлера?

2.5 Средства оценки знаний и навыков:

А) Собеседование.

Собеседование представляет собой индивидуальный ответ студента на вопрос и беседа по обсуждению этого ответа и сопутствующих ситуаций с преподавателем. Собеседование является завершающим средством оценки знаний, умений и навыков студента в учебном курсе. Вопросы:

1. На какую аудиторию слушателей и зрителей рассчитана массовая культура?
2. На какие цели ориентирована массовая культура?
3. Какое сознание формирует массовая культура?
4. Назовите истоки массовой культуры.
5. Какую роль играют средства массовой информации в массовой культуре?
6. Опишите механизм действия массовой культуры.
7. Какие специальные функции обеспечивает массовая культура?
8. Раскройте апологетические и критические концепции массовой культуры.
9. Определите соотношения понятий «массовая» и «народная культура».
10. Что означает понятие «мидкульт»?
11. Приведите примеры массовой культуры и культуры среднего уровня?

Б) Контрольная работа.

Данный вид оценочного средства проводится письменно, путем ответов студентами на поставленные вопросы и задачи, разбитые на 3 варианта. Во время проведения контрольной работы оценивается способность студента найти правильный ответ на поставленный вопрос, умение сориентироваться в историко-философском материале, а также применять полученные в ходе лекций знания для проведения концептуального анализа.

Список вопросов для контрольной работы и критерии оценки ее выполнения приведены в фонде оценочных средств выпускающей кафедры теории истории и философии культуры.

В) Написание реферата.

Реферативная работа является частью самостоятельной работы студента, но также используется как средство оценки полученных ими знаний, умений и навыков. Реферативная работа является средством текущего контроля знаний. В реферате студент излагает в письменной форме результаты теоретического анализа заранее полученного источника, а также собственный взгляд на представленную концепцию и ее автора. Возможные темы для рефератов:

1. Концепции «массы» в западной философии.
2. Политическая пропаганда и массовая культура.
3. Цензура СМИ: pro et contra.
4. Массовая культура и кризис культурных иерархий.
5. Проблема индивидуации в массовой культуре.
7. Роль Celebrities в массовой культуре.
8. Критика массовой культуры – основные теории.
9. Апологетика массовой культуры – основные теории.
10. «Cultural Studies» и их концептуальные истоки.
11. Концепция гегемонии Антонио Грамши.
12. Михаил Бахтин — диалог и карнавальная культура.
13. Франкфуртская школа и теория «индустрии культуры».
14. Культура в контексте капиталистической системы.
15. Специфика марксистской трактовки культуры.
16. Критика «общества спектакля» Ги Дебора.

Критерии оценки качества выполнения реферирования приведены в ФОС данного модуля.

2.6 Максимальное количество баллов текущего рейтинга при освоении темы - 49 баллов:

- теоретические занятия - **0-1 балла** (посещение);
- практическое задание - **0-6 баллов** (способы решения конфликтных ситуаций и активная работа в группе);
- участие в собеседовании - **0-10 баллов** (в соответствии с критериями оценки);
- выполнение контрольной работы - **0-22 баллов** (в соответствии с критериями оценки);
- написание реферата - **0-10 баллов** (в соответствии с критериями оценки).

Тема 3. Идеология и масс-медиа.

3.1. Содержание темы обеспечивает формирование следующих показателей компетенций:

Знание основных принципов функционирования идеологии в контексте масс-медиа;

Умение определять основные принципы функционирования идеологии в контексте масс-медиа в рамках сообщений СМИ;

Владение базовыми навыками культурологического анализа идеологических концептов в современных сообщениях масс-медиа.

3.2 Рекомендуемая форма проведения занятий и содержания СРС:

Лекции		Практические занятия		СРС	
Тема лекции	Форма проведения	Тема семинара	Форма проведения	Аудиторная (2 ч)	Внеаудиторная (14 ч.)
Идеология как процесс легитимации власти.	Проблемная лекция	1. Теории идеологии А. Грамши. 2. Теория идеологии К. Маркса. 3. Теория идеологии К. Мангейма. 4. Масс-медиа как пространство борьбы за политическое доминирование.	Подготовка и обсуждение сообщения	• подведение итогов выполнения домашнего задания, • подготовка к выступлению по реферату	• подготовка к семинару; • подготовка к домашнему заданию • подготовка реферата
Критическая трактовка идеологии в марксизме и неомарксизме.	Проблемная лекция				
Идеология как механизм регулирования социального взаимодействия.	Проблемная лекция				

3.3. Рекомендуемая литература по теме:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции : учеб. пособие для вузов. - М. : Аспект-Пресс, 2005. - 175,[1]с. - Слов.:с.171-174.

2. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 239,[1]с. - (Высшее профессиональное образование, Связи с общественностью). - Библиогр.в конце гл. - Прил.:с.226-238.

3. Романов А.А. Массовые коммуникации : учеб. пособие для вузов. - М. : Вузовский учеб., 2009. - 234,[2]с. : ил. - (Вузовский учебник). - Библиогр.:с.232-233.

4. Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие : для вузов / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современ. коммуникац. систем и технологий. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о» : Издательство Шаркова, 2012. - 318, [1] с. : ил. - Прил.: с. 303-318.

5. Малейко Г. У. Политическая психология в терминах, схемах и тестах / Г.У. Малейко ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2006. - 83с. - Библиогр.:с.67. - Прил.:с.68-81.

6. Федотова Н.Г. «Теория и культурные практики массовой коммуникации»: Учебно-методическое пособие. В. Новгород, 2008.

3.4. Вопросы для самоконтроля:

1. Какова роль идеологии в обществе?
3. Каковы важнейшие функции идеологии?
4. Перечислите основные теории идеологии?
5. Каков механизм взаимодействия СМИ и идеологии?
6. Перечислите основные инструменты идеологического воздействия?

3.5. Средства оценки знаний и навыков:

А) Выполнение домашнего задания

Студентам предлагается подготовиться и аргументировано обосновать свою точку зрения на ряд ключевых для курса проблем. Список проблем для дискуссии:

1. Согласны ли вы с концепцией «конца идеологии», выдвинутой Беллом и Липсетом?
2. Приведите пример «молекулярного воздействия», описанного А. Грамши, на примере истории нашей страны?
3. Согласны ли вы с теорией «реидеологизации»?
4. Какая, на ваш взгляд, идеология существует в нашей стране, какие ее базовые ценности?

Критерии оценки выполнения домашнего задания приведены в ФОС данного модуля.

Б) Написание реферата.

Реферативная работа является частью самостоятельной работы студента, но также используется как средство оценки полученных ими знаний, умений и навыков. Реферативная работа является средством текущего контроля знаний. В реферате студент излагает в письменной форме результаты теоретического анализа заранее полученного источника, а также собственный взгляд на представленную концепцию и ее автора. Возможные темы для рефератов:

1. Корни и генезис идеологии.
2. Идеология в социальной системе общества.
3. Идеино-политический спектр современных идеологий.
4. Тенденции развития идеологии молодежного движения в российском обществе.
5. Идеологические функции СМИ.
6. Теория идеологии К. Мангейма.
7. Теория идеологии К. Маркса.
8. Теория идеологии К. Гирца.
9. Концептуальные основы взаимодействия экономики, политики и идеологии в жизни общества.

10. Идеологические аспекты функционирования СМИ.

11. Идеология в контексте теоретического осмысления франкфуртской школы.

12. Теория гегемонии А. Грамши.

3.6. Максимальное количество баллов текущего рейтинга при освоении темы - 37 балла:

теоретические занятия - **0-1 балла** (посещение);

практическое задание - **0-6 баллов** (способы решения конфликтных ситуаций и активная работа в группе);

выполнение домашней работы - **0-10 баллов** (в соответствии с критериями оценки);

написание реферата - **0-10 баллов** (в соответствии с критериями оценки);

работа с источником - **0-10 баллов** (в соответствии с критериями оценки).

Тема 4. Масс-медийные практики современного общества.

4.1. Содержание темы обеспечивает формирование следующих показателей компетенций:

Знание основных инструментов влияния масс-медиа;

Умение анализировать функции и дисфункции влияния масс-медиа;

Владение навыками анализа функций и дисфункций масс-медиа в современном обществе.

4.2 Рекомендуемая форма проведения занятий и содержания СРС:

Тема лекции	Форма проведения	Тема семинара	Форма проведения	Аудиторная (3 ч)	Внеаудиторная (14 ч.)
Интерпретация культуры масс-медиа с позиции «индустрии культуры».	Проблемная лекция	1. Аудитория масс-медиа в контексте научной традиции изучения психологии масс. 2. Клиповое сообщение в масс-медийной практике.	Подготовка и обсуждение документа	• подведение итогов выполнения домашнего задания, • подготовка к выступлению по реферату	• подготовка к семинару • подготовка к домашнему заданию
Масс-медиа и сфера публичной коммуникации, медиа и масса.	Проблемная лекция	3. Мифологичность культурного пространства (Э. Кассирер, Р. Барт). 4. «Экспансия смеха» в масс-медийной культуре. 5. Телевизионные коды и их особенности.			

Функции культуры масс-медиа.	Проблемная лекция				
---------------------------------	----------------------	--	--	--	--

4.3.Рекомендуемая литература по теме:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции : учеб. пособие для вузов. - М. : Аспект-Пресс, 2005. - 175,[1]с. - Слов.:с.171-174.
2. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 239,[1]с. - (Высшее профессиональное образование, Связи с общественностью). - Библиогр.в конце гл. - Прил.:с.226-238.
3. Романов А.А. Массовые коммуникации : учеб. пособие для вузов. - М. : Вузовский учеб., 2009. - 234,[2]с. : ил. - (Вузовский учебник). - Библиогр.:с.232-233.
4. Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие : для вузов / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современ. коммуникац. систем и технологий. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°» : Издательство Шаркова, 2012. - 318, [1] с. : ил. - Прил.: с. 303-318.
5. Малейко Г. У. Политическая психология в терминах, схемах и тестах / Г.У. Малейко ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2006. - 83с. - Библиогр.:с.67. - Прил.:с.68-81.
6. Федотова Н.Г. «Теория и культурные практики массовой коммуникации»: Учебно-методическое пособие. В. Новгород, 2008.

4.4.Вопросы для самоконтроля:

1. Расскажите об основных тенденциях современных СМИ.
2. В чем суть клиповой культуры.

А) Выполнение домашнего задания

Студентам предлагается подготовиться и аргументировано обосновать свою точку зрения на ряд ключевых для учебного курса проблем. Список проблем для дискуссии:

- 1.Какое место занимает популярная наука в массовой культуре?
- 2.Охарактеризуйте специфические признаки современного телевидения?
- 3.Что означает «закрытость» элитарной культуры?
- 4.Охарактеризуйте основные особенности клипового мышления?
- 5.Приведите «живые» примеры современных мифов?

6.Приведите примеры манипуляции сознанием современных СМИ?

7.Перечислите компоненты массовой и элитарной культуры?

Б) Написание реферата.

Реферативная работа является частью самостоятельной работы студента, но также используется как средство оценки полученных ими знаний, умений и навыков. Реферативная работа является средством текущего контроля знаний. В реферате студент излагает в письменной форме результаты теоретического анализа заранее полученного источника, а также собственный взгляд на представленную концепцию и ее автора.

Возможные темы для рефератов:

1. Культура масс-медиа как пространство гламура.
2. Вторичная реальность как символическая вселенная общества постмодерна.
3. Масс-медиа как инструмент создания гиперреальности.
4. Масс-медийная практика: однонаправленное воздействие или диалог с аудиторией?
5. Атрибуты масс-медийного дискурса.
6. Конструирование реальности как интерпретация дискурсивных практик масс-медиа.
7. Телевизионный формат культуры масс-медиа.
8. Культура масс-медиа: специфика и функции в обществе.
9. Культурные практики масс-медиа: образ, фрагмент, спектакль.
10. Типология современных медиа.

4.6.Максимальное количество баллов текущего рейтинга при освоении темы - 27 баллов:

теоретические занятия - 0-1 балла (посещение);

практическое задание - 0-6 баллов (способы решения конфликтных ситуаций и активная работа в группе);

выполнение домашней работы - 0-10 баллов (в соответствии с критериями оценки);

написание реферата - 0-10 баллов (в соответствии с критериями оценки);

Приложение Б.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА
учебного модуля «Культура масс-медиа».

- семестр 7;
- 3 ЗЕТ;
- вид аттестации – зачет;
- 108 академических часов;
- 150 баллов рейтинга.

№ и наименование раздела учебного модуля, КП/КР	№ недели	Трудоемкость, ак.час				Макс. кол-во баллов рейтинга на ауд.з. занятиях ¹	Форма текущего контроля успеваемости (в соотв. с паспортом ФОС) и кол-во баллов	ИТОГО Макс. кол-во баллов рейтинга*
		Ауд. занятия						
		ЛЕ	К	ПЗ	В т.ч. АС РС			
Тема 1. Масс-медиа: введение в проблематику	1-4	4	9	2	13	7	Домашнее задание № 1 (10 б.)	37
							Реферат (20 б.)	
Тема 2. Теории и концепции культуры масс-медиа	5-9	5	9	2	13	7	Собеседование (10 б.)	49
							Контрольная работа (22 б.)	
							Реферат (10 б.)	
Тема 3. Идеология и масс-медиа	10-14	5	9	2	14	7	Домашнее задание № 2 (10 б.)	37
							Реферат (20 б.)	
Тема 4. Масс-медийные практики современного общества.	15-18	4	9	3	14	7	Домашнее задание № 3 (10 б.)	27
							Реферат (20 б.)	
Рубежная аттестация	9							
Итоговая аттестация	18							
Итого:		18	36	9	54			150 б.

- ✓ «неудовлетворительно» - менее 75 баллов;
- ✓ «удовлетворительно» - 75-104 балла;
- ✓ «хорошо» - 105-134 балла;
- ✓ «отлично» - 135-150 баллов.

*в том числе за работу на аудиторных занятиях

Приложение В

Карта учебно-методического обеспечения

Рабочая программа учебного модуля «Культура масс-медиа».

Для направления подготовки 51.03.01 «Культурология»

Форма обучения: очная

Курс и семестр: 4 курс и 7 семестр

Часов: всего – 36 ч., лекций – 12, практических занятий – 24 , в т.ч. СРС - 12.

Обеспечивающая кафедра: Теории, истории и философии культуры.

Таблица 1- Обеспечение учебного модуля учебными изданиями

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Учебники и учебные пособия		
Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции : учеб. пособие для вузов. - М. : Аспект-Пресс, 2005. - 175,[1]с. - Слов.:с.171-174.	5	нет
Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 239,[1]с.	5	Нет
Романов А.А. Массовые коммуникации : учеб. пособие для вузов. - М. : Вузовский учеб., 2009. - 234,[2]с.	5	Нет
Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие : для вузов / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современ. коммуникац. систем и технологий. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°» : Издательство Шаркова, 2012. - 318, [1] с.	12	Нет

Название программного продукта, интернет-ресурса	Электронный адрес	Примечание
Перечень наименований зарегистрированных СМИ	https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/	Каталог всех СМИ РФ

Таблица 3 – Дополнительная литература

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Малейко Г. У. Политическая психология в терминах, схемах и тестах / Г. У. Малейко ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2006. - 83с.	5	Нет
Куликов В. И. Организация государственных учреждений России : учеб. для вузов / В. И. Куликов. - М. :	5	Нет

Академия, 2011. - 269, [2] с.		
Федотова Н.Г. «Теория и культурные практики массовой коммуникации»: Учебно-методическое пособие. В. Новгород, 2008. 211с.	30	Нет

Действительно для учебного года
Зав. кафедрой

2017/2018

С. А. Маленко
И.О.Фамилия
2017 г.

« 23 »

подпись

01

СОГЛАСОВАНО

НБ НовГУ:

зав. сект.

должность

подпись

Т.И. Козлова
расшифровка

Приложение Г.**Лист внесения изменений**

Номер изменения	Номер и дата распорядительного документа о внесении изменений	Дата внесения изменения	ФИО лица, внесшего изменение	Подпись
№1	Изменение, заседание....., Протокол №.....	