

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт психолого-педагогического образования
Кафедра психологии образования и профессионального развития

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ФТД.02 «МЕДИАКУЛЬТУРА И МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ»**

Направление подготовки 44.04.02 Психолого-педагогическое образование

Профиль программы «Психология профессионального развития»

Автор(ы): к.п.н,доцент, зав.кафедрой Д.П.Заводчиков

Одобрена на заседании кафедры психологии образования и профессионального развития. Протокол от «13» января 2022 г. №5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности методической комиссией института ППО РГППУ. Протокол от «20» января 2022 г. №5.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Медиакультура и медиаменеджмент»: формирование представлений об основных тенденциях развития медиакультуры как особого типа культуры информационного общества – ее теории, истории, современной системе функционирования, а также практических основах медиаменеджмента.

Задачи:

- раскрыть содержание понятия «медиакультуры» в контексте процесса модернизации общества, и его медиатизации;
- проанализировать степень воздействия на медиакультуру разных социальных институтов и структур: мифологии, идеологии, религии, художественной культуры, науки, духовного наследия и современных веяний;
- рассмотреть связь медиакультуры (как культуры массовой, тиражированной, повседневной) с культурой высокой (классической) в производстве и поддержании духовных ценностей;
- выявить роль медиакультуры как своеобразного посредника во взаимодействии между властью и обществом, социумом и личностью, разными этносами и социальными группами;
- раскрыть социокультурные факторы, влияющие на трансформацию медиасреды и медиaprостранства: роль ИКТ, создание единого информационного пространства России и мира в целом;
- проанализировать особенности медиаменеджмента как интегрирующей системы, рассмотреть роль медиарынка, а также специфику деятельности менеджера в этой сфере;
- рассмотреть основные направления медиаобразовательного менеджмента как фактора социализации личности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Медиакультура и медиаменеджмент» относится к факультативным дисциплинам учебного плана.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Проектирование и организация образовательной среды.
2. Психология карьеры.
3. Управление персоналом.
4. Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.



3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;
- УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:
Знать:

31. Общую историю развития медиакультуры;
32. Основные направления и принципы медиаменеджмента;
33. Психологическую феноменологию современной медиакультуры.

Уметь:

- У1. Критически воспринимать и оценивать контент современной медиакультуры;
- У2. Выявлять тенденции формирования и продвижения медиаконтента;
- У3. Выявлять психологические феномены при работе с медиаконтентом.

Владеть:

- В1. Навыками критического анализа визуальной и вербальной информации.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач. ед. (72 час.), семестр изучения – 3, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	3 сем.
	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	72
Контактная работа, в том числе:	32
Практические занятия	32
Самостоятельная работа студента	40
Промежуточная аттестация, в том	



числе:	
Зачет	3 сем.

**Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. Медиакультура как предмет изучения	3	10	-	4	-	6
2. Техническая революция и развитие медиакультуры	3	12	-	6	-	6
3. Мифология медиакультуры	3	12	-	6	-	6
4. Медиакультура как фактор социальной модернизации	3	10	-	4	-	6
5. Медиаменеджмент	3	14	-	6	-	8
6. Психология и феноменология медиапроизводства и медиапотребления	3	14	-	6	-	8

**Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

Раздел 1. Медиакультура как предмет изучения

Культура и ее развитие. Коммуникация как основа культуры. Типы и виды коммуникаций. Психологическая концепция коммуникации. Массовые коммуникации. Технологические изменения и коммуникации. Медиакультура как воспроизводство массовой культуры.

Раздел 2. Техническая революция и развитие медиакультуры

Техническая революция эпохи модерна. Развитие СМИ. Печать, радио как традиционные СМИ. Кинематограф и его триумф. Возможности телевидения. Трансформация медиасреды в эпоху глобализации. Медиакорпорации. Цифровизация и производство контента. Интернет и его развитие.



Раздел 3. Мифология медиакультуры

Миф и его воспроизводство. Соотношение мифа и реальности. Символизм и его трансляция в медиасреде. Миф как коммуникация и как инструмент власти. Медиакультура и мифотворчество. Среда и миф: городские легенды. Виртуальные мифы.

Раздел 4. Медиакультура как фактор социальной модернизации

Методологические аспекты социально-культурной модернизации. Особенности российской модернизации. Модели развития массмедиа как социального института. PR, реклама и пропаганда в медиакультуре. Медиакультура как катализатор диалога власти и общества.

Раздел 5. Медиаменеджмент

Медиаменеджмент как феномен управленческой культуры информационной эпохи. Медиapolитика государства и правовая основа медиаменеджмента. Интернет и электронный менеджмент. «Электронное правительство» в информационном обществе. Интернет и электронная коммерция. Инновации аудиовизуального менеджмента. Продюсерство в кино и на телевидении. Event-менеджмент в медиапространстве.

Раздел 6. Психология и феноменология медиапроизводства и медиапотребления

Традиции и инновации в медиапроизводстве и медиапотреблении. Идентичность и ее воспроизводство в медиасреде. Когнитивные процессы и ресурсы человека в медиапространстве. Когнитивные искажения и их воспроизводство в медиа. Клиповость мышления. Критическое мышление при обработке информации. Фэйк-ньюс. Психологические аспекты вирусного распространения информации. Информационный "пузырь" и информационная инфляция. Моббинг в медиасреде. Медиаграмотность и психогигиена потребления медиаконтента.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Технологии проведения занятий в форме диалогового общения, которые переводят образовательный процесс в плоскость активного взаимодействия обучающегося и педагога. Обучающийся занимает активную позицию и престаает быть просто слушателем семинаров или лекций. Технологии представлены: групповыми дискуссиями, конструктивный совместный поиск решения проблемы, тренинг (микрообучение и др.), ролевые игры (деловые, организационно-деятельностные, инновационные, коммуникативные и др.).



2. Традиционные образовательные технологии представлены комбинацией объяснительно-иллюстративного и репродуктивного методов обучения. Осуществляются с использованием информационных лекций, семинаров, практических занятий или лабораторных работ. При использовании данных методов деятельность учащегося направлена на получение теоретических знаний и формирования практических умений по дисциплине.

3. Занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму

4. Коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе.

5. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1 Основная литература

1. Бусыгина М. В., Желтухина М. Р. Вербальные характеристики жанра «пресс-релиз» в медиадискурсе : учебное пособие. - Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2016. - 96 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66640>.

2. Жук, Ю. А. Информационные технологии: мультимедиа [Электронный ресурс] : учебное пособие : [лабораторный практикум] / Ю. А. Жук ; [отв. ред. С. В. Макаров]. - Электрон. текстовые дан. - Санкт-Петербург ; Москва ; Краснодар : Лань, 2018. - 207 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/102598/#1>



3. Жилавская И. В., Зубрицкая Д. А. История развития медиаобразования : учебное пособие. - Москва : Московский педагогический государственный университет, 2017. - 120 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72495>.

4. Головлева Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие. - Москва : Академический Проект, 2016. - 251 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60028>.

5. Крапивенко, А. В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений : учебное пособие / А. В. Крапивенко. — 4-е изд. — Москва : Лаборатория знаний, 2020. — 274 с. — ISBN 978-5-00101-812-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/135532>

6.2 Дополнительная литература

1. Кириллова Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2014. - 184 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68440>.

2. Желтухина М. Р. Воздействие медиадискурса на адресата : учебное пособие. - Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2014. - 91 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66642>.

3. Английский язык для студентов архитектурно-строительных специальностей : учебное пособие / Л. В. Лукина, В. В. Козлова, И. Ю. Лавриненко [и др.] ; под редакцией В. А. Федорова. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 268 с. — ISBN 978-5-7731-0853-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108169.html>

4. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика [Текст] : учеб. пособие для вузов [Гриф УМО] / Н. Б. Кириллова ; Урал. науч.-метод. Центр медиакультуры и медиаобразования. - Москва : Академический проект : Культура, 2008. - 494 с.

5. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система [Текст] : [учебная монография] / Наталья Кириллова ; Урал. науч.-метод. Центр медиакультуры и медиаобразования. - Москва : Академический Проект, 2008. - 411 с.

6. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 492 с. — 978-5-238-01769-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52673.html>.— ЭБС «IPRbooks»

7. Чумиков А. Н. Медиарилейшнз : учебное пособие. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21062>.

8. Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Иваницкий В. Л., Макеенко М. И., Назайкин А. Н., Полуэхтова И. А., Смирнов С. С., Щепилова Г. Г. Основы



медиабизнеса : учебник. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8837>.

9. Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн : учебное пособие. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 126 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21071>.

10. Велитченко С. Язык и стиль современных масс-медиа : учебное пособие. - Алматы : Казахский национальный университет, 2012. - 150 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61244>.

6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Интернет-ресурсы:

1. Российская национальная библиотека. Режим доступа: <http://www.rsl.ru>

Программное обеспечение:

1. Офисная система Office Professional Plus.
2. Браузер Chrome.
3. Видеопроигрыватель Media Player Classic.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.
2. Научный читальный зал.
3. Лекционная мультимедийная аудитория.

