

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б. Жильцов

« » 2023

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Медіакультура

для студентів

спеціальності	061 Журналістика
рівня вищої освіти	другого (магістерського)
освітньої програми	061.00.04 Медіакомунікації

Київ – 2023



Розробник:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
професор кафедри міжнародної журналістики

Викладач:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
професор кафедри міжнародної журналістики

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики

Протокол від «29» серпня 2023 року № 1

Завідувач кафедри міжнародної журналістики  Терещук В. І.

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.04 Медіакомунікації
_____. _____. 2023 р.

Керівник робочої групи  Погребняк І. В.

Робочу програму перевірено

_____. _____. 2023 р.

Заступник декана  Сошинська В. Є.

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (______). «__» _____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (______). «__» _____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (______). «__» _____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (______). «__» _____ 20__ р., протокол № ____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	заочна
Вид дисципліни	вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів / годин	4 / 120
Курс	1
Семестр	2
Кількість змістових модулів з розподілом	2
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, зокрема:	
<i>Аудиторні</i>	16
<i>Модульний контроль</i>	–
<i>Семестровий контроль</i>	–
<i>Самостійна робота</i>	104
Форма семестрового контролю	залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Медіакультура» — дисципліна, що вивчає історію, теорію і сучасні тенденції медіакультури як культури глобалізованого суспільства. Вивчення дисципліни відбувається в контексті теорії суспільства і медіаосвіти, як фундаментальних засад, що підтримують фундамент теоретико-практичних і пізнавально-ціннісних стратегій навчання, починаючи з організації комунікативного простору та аналізу медіа продукту. В курсі передбачено вивчення медіакультури як з погляду соціології, культурології, психології, так і з позиції теорії соціальної комунікації і теорії масової комунікації. Важливим методологічним обґрунтуванням є дефініції, що ставлять медіакультуру в контексті соціальних комунікацій, що дає змогу інтерпретувати цей феномен не просто як явище культури або соціуму, а насамперед як комунікаційний феномен, пов'язаний з передачею культурних артефактів і змістів у соціальному середовищі, формуванням образів і знаків, через які здійснюється ідеологічний, політичний, культурний вплив на аудиторію.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні засади та практичні аспекти розвитку медіакультури як історичного феномену і як певного соціального та ідеологічного конструкту.

Мета дисципліни — дати уявлення про основну проблематику сучасних досліджень медіакультури в контексті розвитку і трансформації комунікаційного простору, навчити застосовувати різні методологічні підходи до аналізу явищ сучасної медіакультури. Акцент зроблено на формуванні сучасними медіа нових загальнокультурних універсальних категорій, які змінюють культурну парадигму і тип сучасного інформаційного дискурсу.

Основні завдання дисципліни:

- Ознайомити студентів з базовими категоріями і поняттями курсу, показати динаміку їх розвитку і трансформацій. Розглянути основні теоретичні концепції в розумінні медіакультури.
- Проаналізувати різні методи аналізу явищ медіакультури.
- Прослідкувати процес виробництва та розповсюдження масової і популярно культури в медіаіндустрії.
- Розглянути проблематику споживання медіакультури, питання соціальної відповідальності, впливу та опору споживачів та виробників медіакультури.
- Сформувані основні навички і компетенції в аналізі продуктів медіакультури, навчити критичному мисленню та принципам критичного аналізу медіакультури.
- Навчити декодувати, ідентифікувати, інтерпретувати медіатексти, експериментувати і створювати медіапродукти / тексти.

Після опанування дисципліною мають бути сформовані такі **компетентності**:

загальні:

- **ЗК03** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

- **ЗК06** Здатність приймати обґрунтовані рішення.
спеціальні (фахові):
- **СК02** Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.
- **СК04** Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.
- **СК06** Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*:

- світоглядні та теоретичні засади вивчення медіакультури;
- масову культуру як частину загальної медіакультури сучасного суспільства;
- медіакультуру як продукт взаємовпливу масової культури і масової комунікації;
- вплив засобів масових комунікацій на сприйняття світу;
- зміст і функції медіакультури;
- культурні індустрії;
- особливості виробництва і споживання медіакультури;
- постмодерністські ознаки сучасної медіа індустрії і масової культури;
- наративні стратегії в сучасній медіаіндустрії;
- формування сучасної медіакультури новими медіа;
- формування ідентичності в контексті споживання медіакультури;

вміти:

- застосовувати поняттєво-категоріальний апарат у розумінні медіакультури;
- розуміти особливості методів дослідження медіакультури;
- досліджувати явища медіакультури в контексті теорій інформаційного та постінформаційного суспільства;
- критично осмислювати явище медіакультури як “індустрії культури”;
- виокремлювати інструменти формування ідентичності засобами медіакультури;
- аналізувати різні жанри масової культури медіакультури;
- розуміти медіакультуру в контексті теорій фемінізму та мультикультуралізму;
- використовувати свої знання в журналістській практиці;
- підвищувати свій культурний та естетичний рівень;
- аналізувати проблеми сучасного соціокультурного простору;
- мати навички культурологічного аналізу явищ медіакультури.

У процесі вивчення дисципліни формуються такі **програмні результати навчання**:

- **РН01** Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.
- **РН12** Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проекти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.

- **РНУ15** Розуміти можливості і специфіку цифрових комунікаційних інструментів соціальних мереж, орієнтуватися в трендах візуальних образів, відповідно психологічних особливостей цільової аудиторії.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№	Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
			Аудиторна:					Самостійна
			Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1. Медіакультура як феномен соціальної комунікації								
1	Предмет и завдання курсу «Медіакультура»	20	2		2		16	
2	Семіотика і наративний аналіз текстів медіакультури	20			2		18	
3	Медіакультура як явище постмодерну і метамодерну	20			2		18	
	<i>Разом</i>	60	2		6		52	
Змістовий модуль 2. Технології та стратегії медіакультури								
4	Медіакультура як інструмент ідентичності: ціннісно-ідеологічний аспект	20	2		2		16	
5	Сучасні проблеми медіакультури. Конвергенція і нова етика медіакультури	20			2		18	
6	Критика сучасних технологій медіакультури. Медіакультура як арена культурних війн в декодуванні масової культури	20			2		18	
	<i>Разом</i>	60	2		6		52	
	УСЬОГО	120	4		12		104	

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1.

Медіакультура як феномен соціальної комунікації

Тема 1. Предмет и завдання курсу «медіакультура»

Лекція 1. Предмет и завдання курсу «медіакультура» (2 год.)

Поняттєво-категорійний апарат. Визначення та функції медіакультури. Джерела дослідження медіа культури. Франкфуртська школа в дослідженні медіакультури. Феноменологічні дослідження: проблема повсякденності в медіакультури. Культурні дослідження і культурна критика медіакультури.

Практичне заняття 1. Семіотика і наративний аналіз текстів медіакультури (2 год.)

Структура знаку. Синтактика, семантика і прагматика як три рівні дослідження знакових систем. Використання семіотичного аналізу в розумінні текстів масової культури. Три рівні дослідження знакової системи: семантика, синтактика, прагматика. Поняття означника і означуваного. Синтагматичний і парадигматичний аналіз.

Рекомендовані джерела: основні — 1–5; додаткові — 1–9.

Тема 2. Семіотика і наративний аналіз текстів медіакультури

Практичне заняття 2. Денотація і конотація в медіатексті (2 год.)

Фердинан де Соссюр, Клод Леві Стросс, Ролан Барт, Юлія Крістева, Умберто Еко, Володимир Пропп як методологи семіотичної школи. Постструктуралізм. Жак Дерріда. Жак Лакан. Дискурс і влада. Мішель Фуко та Едвард Саїд і система влади. Роль Жака Дерріди в сучасному науковому дискурсі.

Рекомендовані джерела: основні — 1–5; додаткові — 1–9.

Тема 3. Медіакультура як явище постмодерну і метамодерну

Практичне заняття 3. Медіакультура як явище постмодерну і метамодерну (2 год.)

Проблема дискурсу і влади в розумінні сучасної культури. Основні завдання семіотичного аналізу медіа культури. Кодування і декодування текстів медіа культури. Поняття «коду» у Р. Барта. Система знаків. Схема семіотичного аналізу за У. Еко. Нормативний аналіз текстів медіакультури.

Рекомендовані джерела: основні — 1–5; додаткові — 1–9.

Змістовий модуль 2.

Технології та стратегії медіакультури

Тема 4. Медіакультура як інструмент ідентичності: ціннісно-ідеологічний аспект

Лекція 2. Медіакультура як інструмент ідентичності: ціннісно-ідеологічний аспект (2 год.)

Зміна сприйняття світу. Вплив медіакультури на культурні універсалії. Контркультура і субкультури як пошук ідентичності в медіатизованому просторі. Медіа культура в контексті проблеми ідентичності. Традиційне і нетрадиційне розуміння ідентичності. Постмодерністський погляд. Медіа як інструмент ідентичності.

Практичне заняття 4. Ідеологія і цінності медіакультури (2 год.)

Широке і вузьке значення поняття «ідеологія». Медіа як ідеологічний державний апарат. Статус-кво і мейнстрим в медіа культурі. Як ідеологія існує в мас-медіа, кіно, шоу, музиці, моді тощо. «Проекти зі зміни ментальності»? Г. Почепцова. Три способи впливу ідей на суспільства (С. Холл). Кліп-культура, «електронна людина». Ю. Лотман по два види отримання інформації. Мас-медіа і пасивне знання. Кліповість, фрагментація, демасифікація, як компоненти «інформаційної бомби»(Е. Тоффлер). Зміна сенсорики і психосоматики у «медійної людини». «Одновимірна людина» Г. Маркузе.

Рекомендовані джерела: основні — 1–5; додаткові — 1–9.

Тема 5. Сучасні проблеми медіакультури. Конвергенція і нова етика медіакультури

Практичне заняття 5. Сучасні проблеми медіакультури. Конвергенція і нова етика медіакультури (2 год.)

Медіакультура нових медіа. Парадигми масифікації і демасифікації в медіакультурі. Конвергенція нових медіа. Партисіпаторна культура”. Риси нових медіа за Д. Мак-Квейлом. Процес переходу до нової культурної парадигми? Кіберкультура і її характеристики. Нові медіа за Е. Тоффлером. Медіавіруси Д. Рашкоффа.

Рекомендовані джерела: основні — 1–5; додаткові — 1–9.

Тема 6. Критика сучасних технологій медіакультури. Медіакультура як арена культурних війн в декодуванні масової культури

Практичне заняття 6. Критика сучасних технологій медіакультури. Медіакультура як арена культурних війн (2 год.)

Медіакультура як «індустрія культури». Комерціалізація і комодифікація медіакультури. Медіакультура як інструмент медіаконтролю і як засіб соціального примусу. Медіакультура як компенсаційний фактор соціальних проблем суспільства. Культурна індустрія, «економіка послуг» і «культурний капіталізм». Сегменти культурних індустрій. Специфіка культурного продукту. Ідеологічна роль культурного продукту.

Рекомендовані джерела: основні — 1–5; додаткові — 1–9.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

№	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
1.	Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
2.	Відвідування практичних занять	1	3	3	3	3
3.	Робота на практичному занятті	10	3	30	3	30
4.	Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
		Разом		49		49
Максимальна кількість балів: 98						
Розрахунок коефіцієнта: 98:100 = 0,98						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

№ теми	Питання для самостійної роботи	К-ть годин	Бали
Змістовий модуль 1			
1	Основні напрями дослідження медіакультури у зарубіжній комунікативістиці. Позитивістська парадигма в дослідженнях медіакультури. Філософія Маршала Маклюєна в розумінні ролі масмедіа. Що собою представляє концепція культурних досліджень медіакультури.	16	5
2	Назвіть основні ідеї «Діалектики Просвіти» Т. Адорно і М. Хоркхаймера. Що таке «базис» і «надбудова»? Відмінність і спільність з марксизмом. В чому специфіка семіотичного методу в аналізі медіакультури? Що нам дають феноменологічні дослідження у розумінні медіакультури?	18	5
3	Концепції інформаційного суспільства. Теоретики інформаційного суспільства. Футурологічна концепція Е. Тоффлера. Інформаційне суспільство як постіндустріалізм (Д. Белл). Як трактує Ю. Хабермас публічну сферу в інформаційному суспільстві? Як ви розумієте проблему повсякденності в медіакультурі? Що нам дає застосування культуральної соціології в дослідженні масової культур медіакультури? Як працюють культурні дослідження і культурна критика медіакультури?	18	5
Змістовий модуль 2			
4	Гламур і глянець в масовій культурі (на прикладі українського ТБ). Трансформація етичних і нормативних принципів в роботі журналіста в контексті медіакультури. Сучасні медіавійни: методи, тактика і стратегія. Постфольклор в інтернеті. Фотожаби як інструмент інформаційного впливу. Жанрова різноманітність масової культури.	16	5
5	Ж. Бодріяр як представник посмодернізму в комунікативістиці. Медіаконвергенція і створення нового медійного продукту (транс	18	5

	медійні світи комп'ютерних мережевих ігор). Ідеологія і медіа культура. Роль кіноіндустрії в ідеологічному дискурсі держави.		
6	В чому полягає трансформація ідеологій в сучасній індустрії кіновиробництва? У чому ви вбачаєте вплив Голівуду на світову кіноіндустрію. Яка роль Інтернету, мобільних пристроїв, блогінгу в просуванні продуктів масової культури? У чому специфіка серіалів як явища масової культури? Культурні функції серіалів. Які особливості і принципи репрезентації відеоблогів? Як працюють конвергентні технології в шоу-бізнесі? В чому полягає ідеологічна роль моди? Масова культура на телебаченні. Комунікативний потенціал блогосфери масовій культурі. Тролінг, флеймінг, спойлінг як методи інформаційної війни в мережі.	18	5

Критерії оцінювання самостійних робіт:

- Аналітичність: 1 бал
 - Висловлення власної думки: 1 бал
 - Творчий підхід до виконання: 1 бал
 - Відсутність плагіату при перевірці: 1 бал
 - Посилання на використані джерела: 1 бал
- Разом: 5 балів.

6.3. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Форма проведення семестрового контролю — залік.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- Методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік.
- Методи письмового контролю: підсумкове письмове тестування, реферат.
- Комп'ютерного контролю: тестові програми.
- Методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- систематичність відвідування занять;
- своєчасність виконання навчальних та індивідуальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних та індивідуальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності;
- виконання тестових завдань.

6.4. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	90–100
Дуже добре	82–89
Добре	75–81
Задовільно	69–74
Достатньо	60–68
Незадовільно	0–59

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ

Разом 120 год.: лекції — 4 год., практичні заняття — 12 год., самостійна робота — 104 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI
Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 1. Медіакультура як феномен соціальної комунікації (49 балів)			Змістовий модуль 2. Технології та стратегії медіакультури (49 балів)		
Теми	1	2	3	4	5	6
Теми лекцій	Предмет и завдання курсу «Медіакультура» (1 бал)			Медіакультура як інструмент ідентичності: ціннісно-ідеологічний аспект (1 бал)		
Теми практичних занять	Семіотика і наративний аналіз текстів медіакультури (11 балів)	Денотація і конотація в медіатексті (11 балів)	Медіакультура як явище постмодерну і метамодерну (11 балів)	Ідеологія і цінності медіакультури (11 балів)	Сучасні проблеми медіакультури. Конвергенція і нова етика медіакультури (11 балів)	Критика сучасних технологій медіакультури. Медіакультура як арена культурних війн (11 балів)
Самостійна робота	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів
Підсумковий контроль	Залік					

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури: Комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2012. 408 с.
2. Зражевська Н. І. Теорія медіа та суспільства : навчальний посібник. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. 197 с.
3. Квіт С. М. Масові комунікації : підручник. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
4. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. Київ : К.І.С., 2002. 344 с.
5. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 538 с.

Додаткові:

1. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації. Київ : Академія української преси, 2011. 387 с.
2. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посібник. Львів : Паїс, 2011. 288 с.
3. Allan S. News Culture. Third Edition. N.Y.: Open University Press, 2010. 311 p.
4. Campbell R., Martin Ch. R., Fabos B. Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age. Tenth Edition. Boston: Bedford/St. Martin's, 2016. 574 p.
5. Carey, James W. Communication as culture : essays on media and society. N.Y.: Routledge, 2009. 205 p.
6. Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization / Mike Friedrichsen and Yahya Kamalipour. Springer, 2016.
7. Innis H. Bias of communication. Toronto : London : University of Toronto Press ; Buffalo, 1991. 226 p.
8. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. N.Y.: New York University, 2006. 308 p.
9. Patterson P., Wilkins L., Painter C. Media Ethics: Issues and Cases, 9th Edition. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2019.

9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

1. Американський постмодернізм: з чого почати? URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=fgq5Ub8pqHc>
2. Кінофільм «Шоу Трумана» (The Truman Show) (1998).
3. Кінофільм Brexit: The Uncivil War (2019).
4. Наталья Емченко. Метамодерн на пальцях. URL:
<https://mc.today/blogs/geroj-nashej-epohi-chelovek-kotoryj-prosto-ostaetsya-soboj-7-pravil-kak-byt-schastlivym-v-sovremennom-mire/>