

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи



[Handwritten signature]

О.Б. Жильцов

« » 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Медіакультура в глобалізованому світі

для студентів

| | |
|--------------------|---|
| спеціальності | 061 Журналістика |
| рівня вищої освіти | другого (магістерського) |
| освітньої програми | 061.00.07 Міжнародні медіа та цифрові комунікації |

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307965
Програма № 00 40/24
Начальник відділу моніторингу якості освіти
[Handwritten signature]
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 24 2024 р.

Київ – 2024

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 «30» серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри

міжнародної журналістики _____  Віталій ТЕРЕЩУК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.07
Міжнародні медіа та цифрові комунікації

_____ . _____ . 2024 р.

Гарант освітньої програми _____  Віталій ТЕРЕЩУК

Робочу програму перевірено

_____ . _____ . 2024 р.

Заступник декана _____  Вікторія СОШИНСЬКА

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 |
|--|---|
| | денна |
| Вид дисципліни | обов'язкова |
| Мова викладання, навчання та оцінювання | українська |
| Загальний обсяг кредитів/годин | 4 / 120 |
| Курс | 1 |
| Семестр | 1 |
| Кількість змістових модулів з розподілом | 2 |
| Обсяг кредитів | 4 |
| Обсяг годин, зокрема: | |
| <i>Аудиторні</i> | 32 |
| <i>Модульний контроль</i> | 8 |
| <i>Семестровий контроль</i> | – |
| <i>Самостійна робота</i> | 80 |
| Форма семестрового контролю | залік |

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Медіакультура в глобалізованому світі» — 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.
- Сформувати 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;

- **РНУ16** Організувати професійну діяльність (власну та колективу) з урахуванням специфіки медіакультури (глобальної, регіональної, національної).

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Назви змістових модулів і тем | Усього | Розподіл годин між видами робіт | | | | | Самостійна |
|--|------------|---------------------------------|-----------|-----------|-------------|---------------|------------|
| | | Аудиторна: | | | | | |
| | | Лекції | Семінари | Практичні | Лабораторні | Індивідуальні | |
| Змістовий модуль 1. Медіакультура як феномен соціальної комунікації | | | | | | | |
| Тема 1. Предмет и завдання курсу «медіакультура» | 4 | 2 | 2 | | | | |
| Тема 2. Семіотика і наративний аналіз текстів медіакультури | 26 | 2 | 4 | | | | 20 |
| Тема 3. Медіакультура як явище постмодерну і метамодену | 26 | 2 | 4 | | | | 20 |
| <i>Модульний контроль</i> | 4 | | | | | | |
| <i>Разом</i> | 60 | 6 | 10 | | | | 40 |
| Змістовий модуль 2. Технології та стратегії медіакультури | | | | | | | |
| Тема 4. Медіакультура як інструмент ідентичності: ціннісно-ідеологічний аспект | 4 | 2 | 2 | | | | |
| Тема 5. Сучасні проблеми медіакультури. конвергенція і нова етика медіакультури | 26 | 2 | 4 | | | | 20 |
| Тема 6. Критика сучасних технологій медіакультури. Медіакультура як арена культурних війн в декодуванні масової культури | 26 | 2 | 4 | | | | 20 |
| <i>Модульний контроль</i> | 4 | | | | | | |
| <i>Разом</i> | 60 | 6 | 10 | | | | 40 |
| УСЬОГО | 120 | 12 | 20 | | | | 80 |

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1.

Медіакультура як феномен соціальної комунікації

Лекція 1. Предмет и завдання курсу «медіакультура»

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.

Семінарське заняття 1. Теоретичні основи вивчення медіакультури як соціально-комунікативного феномену

Класифікація методів дослідження медіакультури. Основні методології. Соціо-комунікативні дослідження. Методи аналізу медіатексту. Класифікація масово-комунікаційних теорій за Мак-Квейлом. Класифікація методів, пов'язаних з розглядом медіа в контексті культури.

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

Лекція 2. Семіотика і нарративний аналіз текстів медіакультури

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.

Семінарське заняття 2. Денотація і конотація в медіатексті

Фердінанд де Соссюр. Клод Леві Стросс. Р. Барт, Ю. Крістева, у. Еко, В. 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.

Семінарське заняття 3. Деконструкція як метод розшифровки явищ медіакультури

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.

Лекція 3. Медіакультура як явище постмодерну і метамодерну

Постмодерністський дискурс медіакультури. Основні ознаки постмодернізму в медіатексті. Метамодерн як нова парадигма медіакультури. Серіали, кіно і мода в контексті метамодерну. Нові форми комунікації в епоху метамодерна.

Семінарське заняття 4. Основні уявлення про медіа культуру з точки зору теоретиків постмодернізму

Ж. Бодріяр як теоретик медіа культури. Вчення про симулякр. Комунікативна і змістоутворювана функція медіатексту. Розуміння тексту і дискурсу. Поняття інтертекстуальності. Приклади інтертекстуальності в медіатексті. Пастіш в медіатексті. Ю. Лотман о типах взаємодії текстів. Основні характеристики гіпертексту. Іронія і мовна гра в медіатексті.

Семінарське заняття 5. Метамодерн

Нова чуттєвість метамодерна. «Ванільна естетика» метамодернізму. Метамодеон і медіакультура. Повернення до інклюзії та толерантності. Життя поза нормою. Прояви метамодерну в журналістських жанрах.

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

**Змістовий модуль 2.
Технології та стратегії медіакультури**

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

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.

Семінарське заняття 6. Ідеологія і цінності медіакультури

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.

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

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. Медіавуруси Д. Рашкоффа.

Семінарське заняття 7. Конвергентність в медіа культурі

Транскультура, Транс медіа. Нова аудиторія. Новий трайбалізм. Трансгуманізм. Кінець «Галактики Гутенберга?». Нова електронна книжка: переваги і недоліки. Масова культура і масифікація у зв'язку із зміною сучасних форм комунікації. Позитивні і негативні наслідки демасифікації. «Нова етика». Культура скасування.

Семінарське заняття 8. Нові медіа і концепції суспільства

Кінець історії. Теорія сингулярності й трансгуманізм. Суспільство просьюмерів. Культура бастардів. Партисипаторна культура. Юваль Ной Харрари. Ральф Єнсен. Християнська футурологія

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

Лекція 6. Критика сучасних технологій медіакультури. Медіакультура як арена культурних війн

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.

Семінарське заняття 9. Медіапримус

Пропагандистська схема масової комунікації та порядок денний в медіа. Н. Хомський та структура пропагандистської моделі медіа. П'ять фільтрів, через які проходить інформація. Еліти і «дикі стадо». Глядачі демократії. Явища соціального примусу в медіа культурі. Маніпуляційні форми подачі матеріалів.

Семінарське заняття 10. Індустрія культури і нові форми розваг

Ідеологія масової культури. Соціальні проблеми і медіарозваги. Міфологізм медіакультури і вплив на повсякденне життя. Компенсаційна функція медіакультури. Домашній спосіб життя. Основні компенсаційні стратегії медіакультури. Мода, серіали, ігрова індустрія. Ідеологічна функція моди.

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 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2. | Відвідування семінарських занять | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3. | Робота на семінарському занятті | 10 | 5 | 50 | 10 | 50 |
| 4. | Виконання завдання з самостійної роботи | 5 | 2 | 10 | 2 | 10 |
| 5. | Виконання модульної роботи | 25 | 2 | 50 | 2 | 50 |
| Разом | | | - | 118 | - | 118 |
| Максимальна кількість балів: 236 | | | | | | |
| Розрахунок коефіцієнта: 236 / 100 = 2,36 | | | | | | |

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

| № теми | Завдання | К-ть годин | Бали |
|-----------------|---|------------|------|
| Модуль 1 | | | |
| 1 | Підготовка до семінарського заняття | 4 | – |
| 2 | Підготовка до семінарських занять | 8 | – |
| | Основні напрями дослідження медіакультури у зарубіжній комунікативістиці. Позитивістська парадигма в дослідженнях медіакультури. Філософія Маршала Маклюєна в розумінні ролі мас-медіа. Що собою представляє концепція культурних досліджень медіакультури. 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? | 10 | 5 |
| 3 | Підготовка до семінарських занять | 8 | – |
| | Концепції інформаційного суспільства. Теоретики інформаційного суспільства. Фурурологічна 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? | 10 | 5 |
| Модуль 2 | | | |
| 4 | Підготовка до семінарського заняття | 4 | – |

| | | | |
|---|--|----|---|
| 5 | Підготовка до семінарських занять | 8 | – |
| | Гламур і глянець в масовій культурі (на прикладі українського ТБ). Трансформація етичних і нормативних принципів в роботі журналіста в контексті медіакультури. Сучасні медіа війни: методи, тактика і стратегія. Постфольклор в інтернеті. Фотожаби як інструмент інформаційного впливу. Жанрова різноманітність масової культури. Ж.Бодріяр як представник посмодернізму в комунікативістиці. Медіаконвергенція і створення нового медійного продукту (транс медійні світи комп'ютерних мережесвих ігор). Ідеологія і медіа культура. Роль кіноіндустрії в ідеологічному дискурсі держави. | 10 | 5 |
| 6 | Підготовка до семінарських занять | 8 | – |
| | Відповісти на питання. 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. | 10 | 5 |

Критерії оцінювання самостійної роботи

Максимальне розкриття питання та виконання практичних завдань гарантує студентові отримання високої оцінки, що пізніше буде врахована у загальний рейтинг під час складання навчальної дисципліни на сесії.

Критерії оцінювання відповіді: відповідність змісту; повнота і ґрунтовність викладу; доказовість і логічність викладу; термінологічна коректність; здатність до обґрунтування висновків; володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

Критерії оцінювання самостійних робіт:

- Аналітичність.
- Висловлення власної думки.
- Творчий підхід до виконання.
- Відсутність плагіату.
- Посилання на використані джерела.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота відбудеться у вигляді тестів або есе. На кожен модульну роботу (3) 25 тестів. Кожен тест оцінюється в 1 балі. Есе (4) обсяг 3-4 сторінки тексту Times New Roman A4 14 кегль 1.5 інтервали.

Приклад тестових питань.

Дискурс – це:

А) соціологічне явище, на яке впливають естетичні чинники

Б) певна галузь використання мови, єдність якої обумовлено наявністю загальних для багатьох людей установок

В) соціологічне явище, в якому діють не стільки естетичні чинники, скільки позаестетичні

Комп'ютерні системи з інтегрованою підтримкою звукозаписів і відеозаписів називаються:

- А) мультимедіа
- Б) графічними редакторами
- В) гіпертекстовими технологіями

Теми есе:

- Трансмедіа в сучасному комунікаційному просторі.
- Жанрова палітра масової літератури.
- Феномен селебріті. Відображення в масовій культурі.
- Музикальні тренди сучасної масової культури.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи – максимум 25 балів за кожен модульну роботу.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Форма проведення семестрового контролю — залік.

Навчальні досягнення студентів оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок на семінарських заняттях та під час виконання самостійної роботи, розширення кількості підсумкових балів до 100.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- Методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік.
- Методи письмового контролю: модульне письмове тестування, 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.

6.5. 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 — 12 год., семінарські заняття — 20 год., модульний контроль — 8 год., самостійна робота — 80 год.

| Тиждень | I | II | III | IV | V | VI |
|--------------------------|--|--|---|--|--|---|
| Модулі (назви, бали) | Змістовий модуль 1. Медіакультура як феномен соціальної комунікації (118 балів) | | | Змістовий модуль 2. Технології та стратегії медіакультури (118 балів) | | |
| Лекції | 1 | 2 | 3 | 5 | 6 | 7 |
| Теми лекцій | Предмет и завдання курсу «медіакультура в глобалізованому світі» (1 бал) | Семіотика і наративний аналіз текстів медіакультури (1 бал) | Медіакультура як явище постмодерну і метамодерну (1 бал) | Медіакультура як інструмент ідентичності: ціннісно-ідеологічний аспект (1 бал) | Сучасні проблеми медіакультури. Конвергенція і нова етика медіакультури (1 бал) | Критика сучасних технологій медіакультури. Медіакультура як арена культурних війн (1 бал) |
| Теми семінарських занять | Теоретичні основи вивчення медіакультури як соціально-комунікативного феномену (10+1 б.) | Денотація і конотація в медіатексті (10+1 б.) Деконструкція як метод розшифровки явищ медіакультури (10+1 б.) | Основні уявлення про медіакультуру з точки зору теоретиків постмодернізму (10+1 б.) Метамодерн (10+1 б.) | Ідеологія і цінності медіакультури (10+1 б.) | Конвергентність в медіа культурі (10+1 б.) Нові медіа і концепції суспільства (10+1 б.) | Медіапримус (10+1 б.) Індустрія культури і нові форми розваг (10+1 б.) |
| Самостійна робота | | 5 балів | 5 балів | | 5 балів | 5 балів |
| Види поточного контролю | Модульна контрольна робота 1 (50 балів) | | | Модульна контрольна робота 2 (50 балів) | | |
| Підсумковий контроль | Залік | | | | | |

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Зражевська Н. І. Теорія медіа та суспільства : навчальний посібник. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. 197 с.
2. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. Київ: К.І.С., 2002. 344 с.
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
4. Campbell R., Martin Ch., Fabos B. Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age. 12th edition. Bedford/St. Martin's, 2019.
5. Montgomery M. Language, media and culture : the key concepts. New York: Routledge, 2019. 163 p.
6. The Social Media Debate : Unpacking the Social, Psychological, and Cultural Effects of Social Media / Ed. by Devan Rosen. New York: Routledge, 2022. 234 p.

Додаткові:

1. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації. Київ: Академія української преси, 2011. 387 с.
2. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури: Комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2012. 408 с.
3. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посібник. Львів: Паїс, 2011. 288 с.
4. Allan S. News Culture. Third Edition. New York: Open University Press, 2010. 311 p.
5. 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.
6. Carey, James W. Communication as culture : essays on media and society. New York: Routledge, 2009. 205 p.
7. Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization / Mike Friedrichsen and Yahya Kamalipour. Springer, 2016.
8. Innis H. Bias of communication. Toronto : London : University of Toronto Press ; Buffalo, 1991. 226 p.
9. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University, 2006. 308 p.
10. Patterson P., Wilkins L., Painter C. Media Ethics: Issues and Cases, 9th Edition. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2019.

9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

Корисні відео і посилання:

1. Кінофільм «Шоу Трумана» (The Truman Show) (1998).
2. Кінофільм Brexit: The Uncivil War (2019).
3. 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/>
4. Американський постмодернізм: з чого почати? URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=fgq5Ub8pqHc>