



ТЕОРІЯ МЕДІА ТА МЕДІАКУЛЬТУРА

Кредити та кількість годин: 3 ECTS; 90 годин: 20 год. лекційних, 16 год. семінарських, 2 год. консультацій та 52 год. самостійна робота; екзамен
Заочна: 90 годин: 4 год. лекційних, 2 год. семінарських та 84 год. самостійна робота; екзамен

I. Опис навчальної дисципліни

Курс присвячений осмисленню особливостей та важливості для сучасної культури мас-медіа. Розвиток медіа, таких як радіо, телебачення, Інтернет, нових медіа став можливим внаслідок науково-технічних процесів та четвертої комунікативної революції. Мас-медіа стали потужним інструментом впливу в сучасному світі, основою розвитку інформаційного суспільства. Медіакультура оперує великими об'ємами інформації та конструює людину нового зразка. Опосередковані способи комунікації створюють нові виклики для культурного середовища і для вибудовування нових алгоритмів взаємодії в сучасному світі. У курсі досліджуються теорії Г. М. Маклюєна, Р. Барта, Д. Белла, В. Бен'яміна, Г. Маркузе, Х. Ортеги-і-Гассета, Ю., К. Леві-Стросса.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу – дати студентам теоретичні знання та практичні навички в розумінні та аналізі медіакультури та сучасних мас-медіа; навчити розпізнавати та структурувати їх характеристики та особливості.

Завдання курсу – розвинути та набути такі фахові та загальні компетентності як:

ЗК 3. Здатність шукати, опрацьовувати й аналізувати інформацію з різних джерел із використанням сучасних інформаційних технологій.

ЗК 4. Здатність виявляти та вирішувати проблеми на належному професійному рівні, дотримуючись принципів академічної доброчесності.

ЗК 8. Здатність до групової роботи із врахуванням, повагою та інтегруванням у спільний результат думки іншого.

СК 4. Здатність розуміти джерела (писемні, речові, візуальні, цифрові) й закономірності культури в їх виняткових соціальних, економічних, політичних, релігійних, естетичних аспектах.

СК 5. Здатність вільно оперувати методологією традиційних і сучасних напрямів культурології для виявлення, аналізу та прогнозу культурних потреб суспільства.

СК 9. Здатність оцінювати матеріальну та духовну цінність об'єкта культурної спадщини різних історичних періодів та географічних ареалів.

СК 13. Здатність розуміти сучасні тенденції в розвитку інформаційної культури та враховувати їх під час створення кібекультурних проектів.

III. Результати навчання

ПРН 5	Збирати, упорядковувати та аналізувати інформацію, у тому числі використовуючи сучасні веб-технології, щодо культурних явищ та практик, подій та історико-культурних процесів. - Вміти користуватися сучасними системами пошуку інформації, вміти аналізувати та структурувати її - Знати основні теорії, що аналізують мас-медіа та медіакультуру
ПРН 7	Розуміти чинники соціокультурної динаміки, принципи періодизації

	культурних процесів, їх специфічні риси та характеристики. ● Пояснювати причини та соціокультурне підґрунтя виникнення мас-медіа, масової культури, медіакультури, інформаційного суспільства ● Знати основні характеристики преси, радіо, телебачення, Інтернету, нових медіа
ПРН 8	Інтерпретувати культурні джерела (речові, друковані, візуальні, цифрові) з використанням спеціалізованої літератури та визначених методів. ● Орієнтуватися в доробку теоретиків медіакультури та інформаційного суспільства ● Знати особливості візуальної та аудіальної культури, специфіку їх зчитування та інтерпретації
ПРН 17	Використовувати сучасні інформаційні технології для реалізації культурних проєктів, враховуючи основні тенденції розвитку сучасної кіберкультури. ● Вміти будувати модель комунікації, графічно її зображати та пояснювати принципи її функціонування ● Вміти створити презентацію на конкретну тему використовуючи сучасні технічні можливості

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Тема дисципліни
1	Вступ. Поняття про комунікацію
2	Класифікація та характеристики мас-медіа
3	Поняття про медіакультуру та інформаційне суспільство
4	Теорія масової культури Х. Ортеги-і-Гасета
5	Теоретичні розробки в сер. 20 ст.
6	Погляди на сучасну культуру Г. М. Маклюєна
7	Розвиток та особливості нових медіа
8	Проблема моделювання масової комунікації

