

МЕДИАИНДУСТРИЯ И МАССОВАЯ КУЛЬТУРА

Курс формирует представление о современном состоянии мировой медиаиндустрии, дает знания о роли СМИ в распространении атрибутов массовой культуры, а также анализирует особенности развлекательных медиа (музыкальное телерадиовещание, журналистика «стиля жизни», субкультурная журналистика). На лекционных занятиях разбираются следующие темы:

- массовая культура второй половины XX века (понятие, возникновение массовой культуры, экономические и социальные предпосылки, теория массовой культуры как культуры «массового общества», направления массовой культуры);
- массовая культура и массовые коммуникации (индустрия развлечений и её характеристика, информационная индустрия в популяризации идей, форм и образцов массовой культуры; роль СМИ в формировании общества «массового потребления»);
- журналистика развлечений (журналы «стиля жизни», fashion-журналистика, музыкальная журналистика, спортивная журналистика);
- музыкальный телеканал MTV: менеджмент и маркетинговые стратегии;
- новые медиа и звукозаписывающая индустрия.

В ходе практических занятий обсуждаются студенческие медиа-проекты, а также обобщаются полученные знания и даются практические рекомендации по следующим аспектам:

- монетизация контента в традиционных и сетевых СМИ (жанровые, стилистические и технологические механизмы эффективной монетизации медиапродукта, особенности монетизации в традиционных СМИ, основные тренды на арене монетизации сетевого контента, взаимодействие с аудиторией и потенциальными рекламодателями);
- продвижение медиапродукта в социальных сетях (особенности «вирусного» постинга в социальных сетях, контент-план и контент-политика, сотрудничество с «лидерами мнений» и подписчиками сообществ).

Наряду с основными дисциплинами учебного плана подготовки магистров данный курс предусматривает приобретение цельного представления о звукозаписывающей индустрии и роли СМИ в музыкальном бизнесе; индустрии моды и современных тенденциях fashion-журналистики; мире профессионального спорта и его коммерциализации посредством медиа.

В результате обучения обучающийся должен:

- ознакомиться с основными этапами развития мировой медиаиндустрии второй половины XX века;
- проанализировать взаимовлияние и взаимопроникновение медиа и массовой культуры;
- составить представление о журналистике развлечений: её видах, функциях, жанровом и тематическом разнообразии.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.