

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГИИ
МУНЦ «Высшая школа европейских культур»

**КУЛЬТУРНАЯ МЕДИАЦИЯ
ОТ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА ДО КУЛЬТУРНЫХ КЛАСТЕРОВ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

51.03.01 «Культурология»

Код и наименование направления подготовки/специальности

Культурная медиация

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Культурная медиация от контент-менеджмента до культурных кластеров
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. культурологии, доц. В.А. Косякова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания МУНЦ «Высшая школа европейских культур»

№3 от 05.04.2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
2. Структура дисциплины	7
3. Содержание дисциплины	8
4. Образовательные технологии	8
5. Оценка планируемых результатов обучения	9
5.1 Система оценивания	9
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
6.1 Список источников и литературы	11
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	13
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	13
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	13
9. Методические материалы	14
9.1 Планы семинарских занятий	14
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	16
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	17

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - изучение специфики организации и поддержки развития культурных проектов и кластеров как опыта медиации, успешное применение которой подразумевает формирование специальных навыков, в том числе навыков деятельности в области маркетинга и управления проектами.

Культурная медиация в рамках дисциплины рассматривается как новый тип исследовательского междисциплинарного взаимодействия культурных кластеров с окружающей средой и обществом. Центральное место в этом взаимодействии занимает проблема переосмысления отношений центров культуры (артефактов) с аудиторией, последствия трансформации процессов трансляции культурного знания и соучастия, поиска новых методов взаимодействия с потребителями и реципиентами культурного контента.

Успешное изучение дисциплины способствует формированию профессиональных компетенций, на основе которых возможно расширение и совершенствование практики культурной медиации и арт-медиации в рамках любых релевантных проектов, использование инструментов медиации в музейном, галерейном и интеллектуальном пространствах с учетом особенностей современного социального, рыночного и медийного контекста.

Задачи дисциплины. В задачи дисциплины входит уточнение границ и особенностей использования в практике культурной медиации как культурологических теорий и методов, так и практических знаний из разных областей, связанных с организацией и продвижением проектов, управлением проектами и работой с разного рода целевыми аудиториями (культурная политика, бизнес-планирование и программирование, project-менеджмент, event-менеджмент, маркетинг и PR, стратегическое и ценностное планирование, разработка миссий и планов, финансовое управление, кризисное управление, спонсорство и партнерство и др.) для формирования прогрессивных подходов специалистов-культурологов к продвижению, позиционированию и развитию проектов современного искусства и культуры в диалоге с их целевой аудиторией.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-4 Готов применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях и способность нести за них ответственность	ПК-4.2 Способен соотнести теоретические основы и общие принципы менеджмента в области культуры с конкретными задачами, выполняемыми в конкретной культурной среде.	<i>Знает:</i> Основные современные подходы к управлению проектами и их продвижению, специфику культурной медиации и особенности взаимодействия с разными типами целевых аудиторий (ЦА) <i>Умеет:</i> Определять рыночную, социальную и медийную специфику проектов в сфере культуры (навыки экспертизы) и использовать результаты этого анализа в профессиональной деятельности

		<p><i>Владеет:</i> Инструментами и общими навыками создания креативных концепций продвижения культурологических проектов</p>
	<p>ПК-4.3</p> <p>Владеет навыками прогнозирования желаемых результатов и возможных последствий принимаемых организационно-управленческих решений в конкретной ситуации, способен к оперативной корректировке реализуемого плана в случае изменения условий.</p>	<p><i>Знает:</i> Основные современные подходы к планированию, бюджетированию и финансированию культурных проектов, оценке их эффективности и кризисному управлению</p> <p><i>Умеет:</i> Определять основные сильные стороны, преимущества, слабые стороны и риски культурных проектов и использовать результаты этого анализа в рамках культурной медиации</p> <p><i>Владеет:</i> Аналитическими способами оценки статус-кво и прогнозирования эффектов культурной медиации в рамках конкретных проектов с учетом их специфики и запросов ЦА</p>
<p>ПК-7</p> <p>Способен в контексте профессиональной, деловой и бытовой коммуникации определять культурные установки и интересы участников взаимодействия, диагностировать уровень их профессиональной и общекультурной подготовленности.</p>	<p>ПК-7.1</p> <p>Имеет представление о состоянии и специфике современной (русской) культуры; умеет опознавать культурные установки в контексте повседневной бытовой и профессиональной коммуникации.</p>	<p><i>Знает:</i> Общие современные подходы к теории коммуникаций и типологизации ЦА в культурном контексте</p> <p><i>Умеет:</i> Опознавать и анализировать социокультурные установки и запросы разных типов ЦА</p> <p><i>Владеет:</i> Методиками конструирования социокультурных установок и запросов разных типов ЦА на основе разных культурологических теорий</p>
<p>ПК-8</p> <p>Способен осуществлять просветительскую деятельность в профессиональных и бытовых контекстах;</p>	<p>ПК-8.1</p> <p>Знает основные принципы проектирования и реализации культурно-просветительских и культурно-массовых</p>	<p><i>Знает:</i> Основные исторические и современные особенности функционирования разных типов культурных кластеров и арт-индустрий, практик репрезентаций различных культурных концептов,</p>

<p>умение варьировать уровень сложности и содержание высказываний в зависимости от контекста ситуации и уровня подготовки и специфики взглядов и предпочтений аудитории.</p>	<p>мероприятий; осознает специфику педагогической и просветительской работы в социокультурной сфере; знаком с основными подходами к популяризации и рекламе культурных продуктов и мероприятий.</p>	<p>практики кураторства</p> <p><i>Умеет:</i> Определять цели, задачи и форматы культурной медиации и продвижения в разных условиях</p> <p><i>Владеет:</i> Навыками создания и реализации (продажи) культурного контента онлайн и офлайн</p>
	<p>ПК-8.2 Умеет адаптировать содержание высказывания и вести обсуждение с учетом запросов и уровня подготовленности аудиторий и специфики ее взглядов и предпочтений.</p>	<p><i>Знает:</i> Специфику культуры как процесса медиации контента</p> <p><i>Умеет:</i> Конструировать культурные коммуникации в зависимости от их целей</p> <p><i>Владеет:</i> Использовать основные принципы создания креативных успешных культурных текстов</p>
	<p>ПК-8.3 Владеет навыками представления содержательного высказывания в различных (вербальных, визуальных, аудиальных и т.д.) форматах; имеет практический опыт продвижения продукта культурной тематики (блога, подкаста и т.д.) в социокультурной сфере.</p>	<p><i>Знает:</i> Современные медиа как систему средств (способов) доставки культурного контекста, особенности разных площадок и их аудитории</p> <p><i>Умеет:</i> Адаптировать культурный контент под разные медиаформаты</p> <p><i>Владеет:</i> Методами практического взаимодействия с аудиторией разных медиа в контексте культурной медиации</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Культурная медиация от контент-менеджмента до культурных кластеров» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Философия», «Введение в культурологию», «Методы изучения культуры», «Техника анализа текстов культуры», «История культуры», «Всеобщая история», «История мировой культуры», «Введение в культурную медиацию», «Современные исследовательские программы и практики в социокультурной сфере», «Введение в культурную медиацию», «Медиакультура», «Работа со

спонсорами в проектах гуманитарной сферы», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Государственная культурная политика в современном мире», «Культура академического фандрайзинга и академической коммуникации на английском языке», «Междисциплинарный научно-исследовательский итоговый проект».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 36 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
8	Лекции	12
8	Семинары	30
	Всего:	42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
9	Лекции	12
9	Семинары	24
	Всего:	36

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 72 академических часа.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
8,9	Лекции	12
9	Семинары	12
	Всего:	24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Специфика культурной медиации	Практики культурной медиации и арт-медиации, медиация в музейном, галерейном и интеллектуальном пространстве. История возникновения и развития культурных кластеров и арт-индустрий. Культура как рынок и товар. Креативность как часть неокapиталистического дискурса.
2	Культурный контент: как создать и продать	Картография актуальных теорий и методов анализа. Логика мозаичной исследовательской парадигмы и междисциплинарности studies. Перформативный, инклюзивный поворот в исследованиях культуры. Принцип ризоматичности в социологии и гендерных исследованиях.
3	Веб-контент и медиация	Веб-райтинг и контент-менеджмент. Специфика культурного позиционирования во времена социальных сетей и искусственного интеллекта. Эволюции паттернов контента и работа с аудиторией. Культура как процесс медиации контента.
4	Разработка концепции выставочного проекта в частной галерее	Введение в выставочную деятельность. Галерейная медиация, создание проекта и репрезентация. Бюджетирование и финансовые аспекты деятельности музеев Практики кураторства
5	Разработка образовательной программы и дополнительных услуг музея	Внешние и внутренние коммуникации галерей, музеев, креативных кластеров, работа с бизнесом, девелоперскими компаниями, привлечение спонсоров и партнеров
6	Проект дома культуры или креативного кластера с образовательной программой	Аспекты деятельности нехудожественных музеев, специфика их деятельности и методика их продвижения и развития с уклоном в цифровизацию. Региональные российские культурные институции, государственная культурная политика. Особенности управления учреждениями, работа с целевой аудиторией. Стратегии создания креативного кластера.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- краткий конспект 3 выборочных лекций (с учетом посещаемости)	5 баллов	15 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	30 баллов
- реферат-исследование	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация – зачет		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Текущий контроль

Вопросы для обсуждения на семинарских занятиях: см. п.9.1.

(ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-7.1; ПК-8.1; ПК-8.2; ПК-8.3)

Примерная тематика письменных работ (реферат-исследование)

(ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-7.1; ПК-8.1; ПК-8.2; ПК-8.3)

1. Ключевые проекты современного искусства
2. Фестивали современного искусства
3. Биеннале XX-XXI в.
4. Арт-кластеры Москвы
5. Арт-кластеры регионов России
6. Дом культуры в СССР
7. Современный дом культуры
8. Многофункциональность культурных кластеров

Промежуточная аттестация

Типовые вопросы

(ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-7.1; ПК-8.1; ПК-8.2; ПК-8.3)

При ответе на каждый вопрос дополнительно требуется привести практический пример (тексты разных жанров для разной ЦА в разных форматах (релиз, блог, новость или др.), концепции презентации, стратегии переговоров со спонсорами или др.).

1. Специфика, сложности и преимущества культурной медиации.
2. Культурная и арт-медиация. Практики, жанры, форматы

3. Медиация в музейном, галерейном и интеллектуальном пространстве
4. Взаимодействие с аудиторией в рамках культурной медиации
5. Культурные кластеры и арт-индустрии. История и современная система
6. Культура как рынок, культурный объект как товар
7. Культурный дискурс. Теории, особенности
8. Теории и методы анализа культуры, актуальные для культурной медиации
9. Междисциплинарность culture studies как фактор успешности культурной медиации
10. Особенности культурной медиации онлайн и офлайн
11. Внешние и внутренние коммуникации галерей, музеев, креативных кластеров
12. Создание и продвижение культурного контента
13. Разработка и продюсирование культурного проекта (кластера)
14. Виды культурных и арт-проектов, типы их позиционирования
15. Дополнительные программы и услуги культурных пространств
16. Финансовая устойчивость культурных кластеров и проектов. Бюджетирование, финансирование, спонсорство
17. Культурная политика. Государственные и региональные российские культурные институции
18. Особенности медиакommunikаций в контексте культурной медиации

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы¹

Источники

Основные:

Портал музеев России: www.museum.ru

Официальный сайт Национального музея Ирландии в Дублине: www.museum.ie

Официальный сайт Музея Прадо в Мадриде: <http://www.museodelprado.es/>

Официальный сайт Национальной галереи Канады в Оттаве: <http://www.gallery.ca/>

Официальный сайт Латвийского музея культуры «Даудери»: <http://www.dauderi.lv>

Официальный сайт Нью-Йоркского музея современного искусства: <http://www.moma.org/>

Официальный сайт Музея анатолийских цивилизаций в

Анкаре: www.anadolumedeniyetlerimuzesi.gov.tr

Официальный сайт Лувра: www.louvre.fr

Официальный сайт Музея Д'Орсэ: <http://www.musee-orsay.fr>

Официальный сайт Национального центра искусства и культуры имени Жоржа Помпиду в

Париже: <http://www.centrepompidou.fr/>

Официальный сайт Национального музея Австралии: <http://www.nma.gov.au/index.html>

Официальный сайт Художественно-исторического музея в Вене (Музея истории искусства): <http://www.khm.at/>

Официальный сайт Национального музея изящных искусств в Буэнос-

Айресе: <http://www.mnba.org.ar/>

Официальный сайт Национального музея Бразилии в Рио-де-

Жанейро: <http://www.museunacional.ufrj.br/>

Официальный сайт Британского музея: <http://www.britishmuseum.org/>

Официальный сайт Ватиканских музеев: <http://mv.vatican.va>

Официальный сайт Немецкого национального музея в Нюрнберге: <http://www.gnm.de/>

Официальный сайт Старой Пинакотекы в Мюнхене: <http://www.pinakothek.de/alte-pinakothek/>

Официальный сайт Египетского музея в Каире: <http://www.emuseum.gov.eg/>

¹ Рекомендуется включать в списки издания из ЭБС и не более 15 печатных изданий.

Официальный сайт Индийского музея в Калькутте: <http://www.indianmuseum-calcutta.org/>
 Официальный сайт Музея антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН: www.kunstkamera.ru
 Официальный сайт Государственного Эрмитажа: www.hermitagemuseum.org
 Официальный сайт Российского этнографического музея: www.ethnomuseum.ru
 Официальный сайт Государственного Русского музея: <http://rusmuseum.ru/>
 Официальный сайт Государственного музея-заповедника «Павловск»: www.pavlovskmuseum.ru
 Официальный сайт Государственного музея-заповедника «Петергоф»: peterhofmuseum.ru
 Официальный сайт Третьяковской галереи: www.tretyakovgallery.ru
 Официальный сайт Государственного музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина: <http://www.museum.ru/gmii/defrus.htm>
 Официальный сайт Оружейной палаты в Москве: <http://www.moscowkremlin.ru/ns/russian/27.html>

Дополнительные:

<http://ww2.smb.museum/ikmk/rundgang/index.php#raum241-1>
<http://www.pinakothek.de/alte-pinakothek>
<http://gallerix.ru/roster/>
http://www.artcyclopedia.com/artists/crivelli_carlo.html
<http://www.wga.hu/frames-e.html?html/c/crivelli/carlo/index.html>
<https://kosmo-museum.ru/>
<https://designmuseum.org/>
<https://www.mucem.org/en>
<https://www.franshalsmuseum.nl/en/>
<https://www.tate.org.uk/>
<https://www.msichicago.org/>
<https://britishmuseum.withgoogle.com/>
<https://www.metmuseum.org/>
<https://www.bruegel2018.at/>
<https://whitney.org/>

Литература

Основная:

Шевченко Д.А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере.- М.: НИЦ ИНФРА-М, 2022. [Коммуникационная политика в некоммерческой сфере \(znanium.com\)](https://znanium.com)

Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. – М.: Альпина Паблишер, 2021. [Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер \(znanium.com\)](https://znanium.com)

Тросби Д. Экономика и культура. – Высшая школа экономики (ВШЭ), М., 2013 [Экономика и культура \(znanium.com\)](https://znanium.com)

Дополнительная

Баранов Д.Е., Демко Е.В., Лукашенко М. PR: теория и практика. – М.: Синергия ПРЕСС, 2013. [PR: теория и практика \(znanium.com\)](https://znanium.com)

Шпаковский В.О., Егорова Е.С. PR-дизайн и PR-продвижение. -Москва – Вологода, 2018. [PR-дизайн и PR-продвижение \(znanium.com\)](https://znanium.com)

Шитов В.Н. Менеджмент информационного контента. – М.: НИЦ ИНФРА-М., 2022.

[Менеджмент информационного контента \(znanium.com\)](https://znanium.com)

Цупин В.А., Ниматулаев М.М. Управление контентом. Практикум. – М.: ИНФРА-М, 2022.

[Управление контентом. Практикум \(znanium.com\)](https://znanium.com)

Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации. – М.: Дашков и К, 2020.

[Коммуникология: основы теории коммуникации \(znanium.com\)](https://znanium.com)

Продвижение культурного продукта: стратегия, инструменты и каналы //

<https://britishdesign.ru/about/blog/218970/>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Adobe Creative Cloud

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости

предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Тема 1. Специфика культурной медиации

Вопрос для обсуждения:

- Что такое практики культурной медиации и арт-медиации?

- Медиация в музейном, галерейном и интеллектуальном пространстве.
- История возникновения и развития культурных кластеров и арт-индустрий.
- Культура как рынок и товар.
- Креативность как часть неокapиталистического дискурса.
- Классификация учреждений культуры и искусства.
- Цели и задачи разных институций культуры, свойства культурных услуг.
- Особенности работы менеджера и куратора.

Тема 2. Культурный контент: как создать и продать

Вопросы для обсуждения:

- Что такое контент, в специфика культурного и арт контента?
- Стратегии создания контента и позиционирования проектов.
- Кураторство художественных проектов.
- Виды кураторской деятельности в музеях, на выставочных, галерейных, городских, публичных площадках.
- Основы арт-менеджмента.
- История выставок и кураторства и контента.

Тема 3. Веб-контент и медиация

Вопросы для обсуждения:

- Что такое web-рейтинг и контент-менеджмент?
- Специфика культурного позиционирования во времена социальных сетей и искусственного интеллекта.
- Как приручить чат-бот.

Тема 4. Разработка концепции выставочного проекта в частной галерее

Вопросы для обсуждения:

- Рынок памятников искусства.
- Рынок культурных продуктов.
- Особенности формирования ценностных установок в современном арт-пространстве.
- Экономические аспекты выставочной деятельности.

Тема 5. Разработка образовательной программы и дополнительных услуг музея

Вопросы для обсуждения:

- Качество услуг в области культуры и искусства.
- Маркетинговые приемы в современном музее.
- Ключевые проекты современного искусства.
- Фестивали современного искусства.
- Биеннале XX-XXI вв.

Тема 6. Проект дома культуры или креативного кластера с образовательной программой

Вопросы для обсуждения:

- История домов культуры.
- Специфика домов культуры в XXI веке.
- Стратегия презентации образовательных программ.
- Стратегии создания арт-кластеров: цели, задачи, миссия и дизайн-проект.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

работа представляет собой реферат-исследование.

Реферат включает в себя исследование выбранной темы, в результате чего необходимо продемонстрировать соотношение теоретических основ и общих принципов менеджмента в области культуры с конкретными задачами, выполняемыми в культурной среде, понимание основных принципов проектирования и реализации культурно-просветительских и культурно-массовых мероприятий, а также основных подходов к популяризации и рекламе культурных продуктов и мероприятий.

В реферате должны присутствовать:

- 1) постановка проблемы и актуальность темы;
- 2) изложение основного материала;
- 3) заключение;
- 5) список источников и литературы.

Объем реферата – 10-15 стр.

Постраничные сноски и список источников и литературы оформляются в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 и ГОСТ 7.1-2003 (см. сайт библиотеки РГГУ - https://liber.rsuh.ru/ru/student_work).

Содержание реферата докладывается на семинаре.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины - изучение специфики организации и поддержки развития культурных проектов и кластеров как опыта медиации, успешное применение которой подразумевает формирование специальных навыков, в том числе навыков деятельности в области маркетинга и управления проектами. Культурная медиация в рамках дисциплины рассматривается как новый тип исследовательского междисциплинарного взаимодействия культурных кластеров с окружающей средой и обществом. Центральное место в этом взаимодействии занимает проблема переосмысления отношений центров культуры (артефактов) с аудиторией, последствия трансформации процессов трансляции культурного знания и соучастия, поиска новых методов взаимодействия с потребителями и реципиентами культурного контента. Успешное изучение дисциплины способствует формированию профессиональных компетенций, на основе которых возможно расширение и совершенствование практики культурной медиации и арт-медиации в рамках любых релевантных проектов, использование инструментов медиации в музейном, галерейном и интеллектуальном пространствах с учетом особенностей современного социального, рыночного и медийного контекста.

В задачи дисциплины входит уточнение границ и особенностей использования в практике культурной медиации как культурологических теорий и методов, так и практических знаний из разных областей, связанных с организацией и продвижением проектов, управлением проектами и работой с разного рода целевыми аудиториями (культурная политика, бизнес-планирование и программирование, project-менеджмент, event-менеджмент, маркетинг и PR, стратегическое и ценностное планирование, разработка миссий и планов, финансовое управление, кризисное управление, спонсорство и партнерство и др.) для формирования прогрессивных подходов специалистов-культурологов к продвижению, позиционированию и развитию проектов современного искусства и культуры в диалоге с их целевой аудиторией.

В результате освоения дисциплины «Культурная медиация от контент-менеджмента до культурных кластеров» обучающийся должен:

Знать:

- Основные современные подходы к управлению проектами и их продвижению, специфику культурной медиации и особенности взаимодействия с разными типами целевых аудиторий (ЦА)
- Основные современные подходы к планированию, бюджетированию и финансированию культурных проектов, оценке их эффективности и кризисному управлению
- Общие современные подходы к теории коммуникаций и типологизации ЦА в культурном контексте
- Основные исторические и современные особенности функционирования разных типов культурных кластеров и арт-индустрий, практик репрезентаций различных культурных концептов, практики кураторства
- Специфику культуры как процесса медиации контента
- Современные медиа как систему средств (способов) доставки культурного контекста, особенности разных площадок и их аудитории

Уметь:

- Определять рыночную, социальную и медийную специфику проектов в сфере культуры (навыки экспертизы) и использовать результаты этого анализа в профессиональной деятельности

- Определять основные сильные стороны, преимущества, слабые стороны и риски культурных проектов и использовать результаты этого анализа в рамках культурной медиации
- Оpoznавать и анализировать социо-культурные установки и запросы разные типов ЦА
- Определять цели, задачи и форматы культурной медиации и продвижения в разных условиях
- Конструировать культурные коммуникации в зависимости от их целей
- Адаптировать культурный контент под разные медиаформаты

Владеть:

- Инструментами и общими навыками создания креативных концепций продвижения культурологических проектов
- Аналитическими способами оценки статус-кво и прогнозирования эффектов культурной медиации в рамках конкретных проектов с учетом их специфики и запросов ЦА
- Методиками конструирования социо-культурных установок и запросов разных типов ЦА на основе разных культурологических теорий
- Навыками создания и реализации (продажи) культурного контента онлайн и офлайн
- Использовать основные принципы создания креативных успешных культурных текстов
- Методами практического взаимодействия с аудиторией разных медиа в контексте