

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор БГУКИ

 Н.В.Карчевская

 2026 г.

Регистрационный № УД- 6/26-14уч.

АНАЛИЗ МЕДИАСРЕДЫ

*Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность*

Учебная программа разработана на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0322-01-2023 по специальности 6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность, утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 21.08.2023 № 270, учебных планов БГУКИ по специальности 6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность

СОСТАВИТЕЛЬ

Е. Э. Политевич, заведующий кафедрой информационно-аналитической деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Ю. О. Каракулько, ученый секретарь государственного учреждения «Белорусская сельскохозяйственная библиотека им. И.С. Лупиновича» Национальной академии наук Беларуси;

А. А. Федосова, доцент кафедры информационных технологий в культуре учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой информационных ресурсов и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 6 от 11.02.2026);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 3 от 18.02.2026)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Развитие информационно-коммуникационных технологий, Интернет-технологий, электронных коммуникативных практик, мобильных телесистем, позволило библиотекам, как в техническом, так и в организационном плане, преодолеть собственную замкнутую инфраструктуру, стать полноправными субъектами мирового медиaprостранства. Динамичность развития последнего открывает библиотекам новые возможности по реализации своих сервисных функций, увеличению своего информационного потенциала, а также использованию широкого выбора технико-технологических инструментов для создания информационных продуктов и услуг, активного их внедрения в Интернет-пространство. Для реализации всех возможностей, необходимо, в первую очередь, формирование у библиотечных специалистов соответствующих профессиональных компетенций, позволяющих им использовать результаты деятельности субъектов медиaprостранства для создания собственных продуктов и услуг, их представления конечному потребителю посредством Интернет-технологий. Важная роль в данном контексте отводится анализу библиотекарями медиасреды, то есть выявлению возможностей использования медиaprостранства для создания, представления, продвижения конкурентоспособной медийной библиотечной продукции. Кроме того, включение знаний по основам работы с информационно-аналитическими системами, агрегирующими новостные сообщения из открытых источников информации, в систему профессиональных компетенций библиотекарей-библиографов, требует специальной профессиональной подготовки. Она включает получение знаний, умений и навыков в области использования возможностей медиaprостранства в качестве канала массовой коммуникации для эффективного позиционирования и продвижения деятельности библиотеки.

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов знаний, умений и навыков по созданию, представлению, распространению библиотечного медиаконтента, создаваемого в рамках производственно-творческой деятельности учреждений информационно-документной сферы, использованию медиапродуктов, генерируемых субъектами мирового медиaprостранства, в своей профессиональной деятельности.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

- ознакомление с тенденциями развития медиaprостранства как профессиональной сферы деятельности библиотечного специалиста;
- формирование представления о новостных агрегаторах как Интернет-платформах для размещения библиотечного медиаконтента;

- овладение навыками создания медиапродуктов и их использования в процессе осуществления библиотечно-информационной деятельности, а также продвижения в медиапространстве;

- овладение умениями использовать инструменты медиаанализа в процессе осуществления библиотечно-информационной деятельности;

- овладение навыками использования методов изучения и анализа медиатекстов.

Изучение учебной дисциплины «Анализ медиасреды» направлено на формирование у студентов следующей *компетенции*:

Осуществлять анализ медиаресурсов и медиаконтента, создавать и продвигать медиаконтент, осуществлять контент-менеджмент информации в социальных медиа, вести новостные, видео- и подкаст-каналы, коммуникацию в социальных медиа.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия и термины в сфере медиатизации библиотечно-информационной деятельности;

- свойства и признаки медиапространства;

- этапы, средства и технологии создания медиапродуктов библиотек;

- методы продвижения медиапродуктов библиотек;

- поисково-аналитические системы и автоматизированные системы мониторинга средств массовой информации и социальных медиа;

- основные свойства и признаки медиатекстов;

- способы представления библиотечного медиаконтекста в новостных агрегаторах;

уметь:

- создавать медиапродукты библиотек в Интернет-пространстве;

- продвигать медиапродукты библиотек на традиционных и инновационных площадках;

- применять инструменты аналитики социальных медиа и веб-аналитики;

- использовать методы анализа медиатекстов;

владеть навыками:

- анализа как медиатекстов и медиапродуктов, так и медиапространства в целом;

- коммуникации с пользователями библиотеки;

- создания и распространения медиапродуктов.

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине «Анализ медиасреды» студент должен приобретать не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать

собственный ценностно-личностный духовный потенциал, формировать качества патриота и гражданина, который готов к активному участию в социально-культурной жизни страны.

В целях повышения эффективности изучения дисциплины «Анализ медиасреды» рекомендуется использовать объяснительно-иллюстрационные технологии для эффективности передачи обобщенной и систематизированной информации, технологии для активизации мыслительной деятельности студентов (проблемное обучение), для эффективности управления и организации учебного процесса (индивидуализация обучения), интерактивные методы практико-ориентированного обучения (коллективных дискуссий, мозговых штурмов). Содержание учебной дисциплины требует применения информационно-коммуникационных технологий на лекционных, семинарских и практических занятиях.

Тематически учебная дисциплина связана со следующими учебными дисциплинами: «Основы информационных технологий», «Теория информации и коммуникации», «Основы научно-исследовательской работы», «Библиотечно-информационное обслуживание» и др.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Анализ медиасреды» предусмотрено 90 часов, из них 34 часа – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 14 часов, семинарские занятия – 2 часа, практические занятия – 18 часов.

Рекомендуемой формой текущей аттестации студентов является проверка заданий различного типа, выполняемых в рамках практических занятий (устный опрос, проверка выполненных заданий, тестирование). Формой промежуточной аттестации студентов является зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Введение

Актуальность, цель, задачи, структура учебной дисциплины, ее место в системе формирования профессиональных компетенций библиотечных специалистов. Объем и сроки изучения учебной дисциплины. Формы текущего и итогового контроля.

Содержание учебной дисциплины: перечень тем лекционных, семинарских/практических занятий. Виды управляемой самостоятельной работы и самостоятельной работы студентов. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами специальности.

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины.

Тема 1. Медиасреда как социокультурный феномен

Определение понятий «медиа», «медиаконтент», «медиасреда», «медиапространство». Текстцентричный, структурный, территориальный, технологический подходы к пониманию термина «медиаконтент», «медиасреда», «медиапространство» в социогуманитаристике.

Медиапространство как среда реализации массовых коммуникаций и создания медиаконтента. Основные свойства системы массовых коммуникаций (полионтологичность, способность отражать реальность, выступать одновременно зеркалом и особой ее формой, выступать интегратором культурной среды). Формы медиа, реализуемые массовыми коммуникациями (блоги, форумы, интернет-комментирование, виртуальные сообщества, самодеятельные газеты и журналы, фото-, аудио- и видеотворчество и другие). Линейная, интерактивная, транзакционная модели массовых коммуникаций в медиапространстве.

Признаки медиапространства: динамичность, специфичность новостной выборки, ограниченность контента, относительная доступность, диалогический характер. Субъекты медиапространства. Библиотека как субъект медиапространства в контексте государственной политики Республики Беларусь в области информационной безопасности.

Тема 2. Медиапродукт: значение, создание, продвижение

Определение понятия «медиапродукт». Основные виды медиапродуктов: печатные, аудиальные, визуальные, web-медиа. Целевое назначение медиапродуктов для аудитории читателей, зрителей, слушателей и аудитории рекламодателей.

Этапы создания медиапродукта: планирование, продакшн, постпродакшн, критика и пересмотр, показ и тиражирование. Средства, используемые при создании медиапродуктов: системы обработки статистической графической информации, системы создания анимированной графики, системы записи и редактирования звука, системы видеомонтажа, системы интеграции текстовой и аудиовизуальной информации в единый проект. Мультимедийные технологии в создании медиапродуктов (Adobe Premiere, Windows Movie Maker, Nero Video (видеоредакторы), Sound Forge, Logic Audio Platinum, Nero Wave Editor (аудиоредакторы)).

Продвижение медиапродуктов на традиционных и инновационных площадках. Слияние каналов распространения и продвижения медиапродуктов на рынке. Контекстная реклама и поисковая оптимизация. Продвижение медиапродуктов в социальных сетях, мессенджерах, мобильных приложениях. Организация рассылок для привлечения внимания читателей и рекламодателей. Вирусный контент, «хайп» и провокация как формы привлечения внимания. Этика продвижения медиапродуктов.

Тема 3. Деятельность библиотек по созданию и продвижению медиапродуктов

Библиотека как субъект медиасреды. Адаптация библиотек к мировому информационному пространству: технико-технологическая (использование компьютерных, информационно-коммуникационных, мобильных технологий), организационная (сотрудничество с информационными учреждениями по управлению информационными потоками), функциональная (создание, распространение, организация доступа к информационным ресурсам собственной генерации). Медиапродукты библиотек: функциональная характеристика, способы представления в медиасреде (web-сайты, социальные сети, видеохостинги). Библиотека в системе медиакоммуникаций.

Медиаконтент библиотеки и способы его представления в блогах, литблоггах, подкаст-каналах и видеоканалах. Способы продвижения библиотечных медиапродуктов в глобальном информационном пространстве.

Тема 4. Медиааналитика как современное направление в деятельности библиотек

Медиааналитика – современное направление исследований, ориентированное на извлечение релевантной информации об объекте из средств массовой информации и социальных сетей. Медиаанализ как технология сбора, обработки и анализа данных для оценки присутствия

какого-либо объекта в медиaprостранстве. Медиааналитика в библиотечных исследованиях.

Поисково-аналитические системы Google Trends и его российский аналог «Яндекс. Вордстат», применение их аналитического инструментария в библиотековедческих исследованиях.

Автоматизированные сервисы мониторинга средств массовой информации и социальных медиа Brand Analytics (<https://br-analytics.ru>), «Медиалогия» (www.mlg.ru), SCAN-Интерфакс (<https://scan-interfax.ru>), iBIC (<https://ibic.ru>), YouScan (<https://youscan.io/ru>): методика использования и возможные риски.

Веб-аналитика (Яндекс Метрика и Google Analytics) и ее применение в библиотечных исследованиях

Инструменты аналитики социальных медиа. Аналитика Facebook (отчеты: действия на странице, подписчики и лайки, промо-акции, люди, просмотры страницы). Аналитика Twitter (статистические данные профиля: действия за месяц, аудитория, средний показатель эффективности твита, длина твита и вовлеченность). Аналитика Instagram (метрики: посты, клики на вебсайт, состав аудитории, интересное)

Polpred.com как инструмент анализа средств массовой информации.

Тема 5. Новостные агрегаторы и библиотечный медиаконтент

Библиотека как агрегатор социальной информации и субъект маркетинговых коммуникаций. Социально-коммуникационные технологии управления библиотечным медиаконтентом.

Библиотечный медиаконтент как объект анализа для новостных платформ-агрегаторов. Представление библиотечного медиаконтента в новостных лентах «Яндекс.Новости», «Рамблер/Новости», «LentaInform» и другие. Использование ЭБС «Polpred.com / Обзор СМИ» для формирования статистики пользования субъектами массмедиа библиотечного медиаконтента. «Яндекс.Дзен» как Интернет-платформа для размещения библиотечного медиаконтента.

Тема 6. Методы изучения медиатекстов

Определение понятия «медиатекст». Основные свойства медиатекста: медиальность, массовость, интегративность, открытость, культурная детерминированность. Основные категории медиатекста: способ производства (авторский – коллегиальный), форма воспроизведения (устная – письменная), функционально-жанровый тип (новости, комментарий, (features), реклама), тематическая доминанта (принадлежность к медиатопику). Признаки медиатекста: одноразовость информации,

коллективное производство, опосредованное общение и характер обратной связи.

Интеграция различных методов анализа текстов массовой информации. Методы лингвистического анализа, позволяющие выявить базовые свойства и характеристики текста на различных языковых уровнях: лексическом, синтагматическом (сочетаемость), стилистическом (использование тропов, сравнений, метафор и прочих стилистических приемов), социолингвистическом. Метод контент-анализа, или анализа содержания, основанный на статистическом подсчете специально выбранных текстовых единиц. Метод дискурсивного анализа, основанный на концепции дискурса, и позволяющий проследить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической стороной текста. Метод критической лингвистики (или риторической критики), позволяющий выявить скрытую политико-идеологическую составляющую медиатекста. Метод когнитивного анализа, основанный на изучении концептуальной стороны текстов массовой информации и направленный на выявление соотношения реальной действительности и ее медиарепрезентаций. Метод лингвокультурологического анализа, основанный на выявлении культурозначимых компонентов текста, как то: реалий, заимствований, иностранных слов, единиц безэквивалентной лексики и т.п., позволяющий составить представление о культурологическом аспекте того или иного произведения медиаречи, о его национально-культурной специфике.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(дневная форма получения образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия		
	Введение	0,5				
1.	Медиасреда как социокультурный феномен	1,5				
2.	Медиапродукт: значение, создание, продвижение	2		2		
3.	Деятельность библиотек по созданию и продвижению медиапродуктов	2		4		
4.	Медиааналитика как современное направление в деятельности библиотек	2		4		
5.	Новостные агрегаторы и библиотечный медиаконтент	2			6	групповое обсуждение, проверка индивидуальных заданий
6.	Методы изучения медиатекстов	2	2	4		
Всего		12	2	14	6	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(заочная форма получения образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Количество часов для самостоятельного изучения
		Лекции	Практические занятия	
	Введение	0,5		
1.	Медиасреда как социокультурный феномен	0,5		1
2.	Медиапродукт: значение, создание, продвижение	1		3
3.	Деятельность библиотек по созданию и продвижению медиапродуктов	1	2	3
4.	Медиааналитика как современное направление в деятельности библиотек	1	2	3
5.	Новостные агрегаторы и библиотечный медиаконтент	1		7
6.	Методы изучения медиатекстов	1		7
Всего		6	4	24

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Основная литература

1. Гендина, Н. И. Информационная культура личности: технология продуктивной интеллектуальной работы с информацией в условиях интернет-среды : учеб. пособие / Н. И. Гендина, Е. В. Косолапова, Л. Н. Рябцева ; науч. ред. Н. И. Гендина ; отв. ред. сер. И. Л. Скипор ; Кемеров. гос. ин-т культуры. – Кемерово : КемГИК, 2020. – Т. 2. – С. 7–46; 125–153.
2. Савкина, С. В. Технология подготовки мультимедийных библиотечных продуктов : учеб. пособие / С. В. Савкина. – Кемерово : КемГИК, 2021. – С. 47–110.

Дополнительная литература

- 1 Агеева, Г. М. Медиааналитика в библиотечных исследованиях / Г. М. Агеева // Науч. и техн. б-ки. – 2023. – № 5. – С. 58–76.
- 2 Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учеб. пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – С. 8–27. – URL : <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869> (дата обращения : 04.12.2025).
- 3 Кириллова, Н. Б. Медиалогия / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – С. 225–262. – URL : <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602> (дата обращения : 04.12.2025).
- 4 Особенности трансформации информационного поля Республики Беларусь в современных условиях: социологический анализ / [И. И. Бузовский и др.]. – Минск : Вышэйшая школа, 2020. – С. 50–65.
- 5 Шарков, Ф. И. Медиаполитика и общественное мнение в медиaprостранстве : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт ; под ред. Ф. И. Шаркова ; Московский государственный институт международных отношений МИД России. – Москва : Дашков и К°, 2023. – С. 8–88. – URL : <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697043> (дата обращения : 04.12.2025).

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Самостоятельная работа студентов, осваивающих образовательные программы высшего образования, рассматривается как целенаправленная, внутренне мотивированная, структурированная и корректируемая самими субъектами образовательного процесса деятельность по поиску информации, ее отбору, систематизации, оценке, обработке и последующему использованию в учебной и научно-исследовательской деятельности с целью повышения своих профессиональных компетенций.

В процессе изучения учебной дисциплины «Анализ медиасреды» самостоятельная работа студентов разделяется на управляемую самостоятельную работу, осуществляемую непосредственно под руководством профессорско-преподавательского состава по заранее разработанному плану и установленным срокам, и на самостоятельную работу, организуемую самими студентами с учетом личностной заинтересованности каждого в углубленном изучении проблемного поля учебной дисциплины.

Управляемая самостоятельная работа предусматривает внеаудиторное изучение студентами отдельных тем учебной программы с последующим предоставлением результатов данной деятельности в виде рефератов, кроссвордов, эссе, лент времени, ментальных карт, мультимедийных презентаций, мини-гlossариев или планов-конспектов. Также предусмотрено проведение студентами исследований и представление их результатов в рамках выступлений на студенческих конференциях и семинарах.

Самостоятельная работа студентов направлена на активное изучение материала по учебной дисциплине с целью получения дополнительной информации. Выполнение заданий, выносимых на управляемую самостоятельную работу, предусматривает использование научных трудов отечественных и зарубежных ученых, размещенных в электронных информационных ресурсах Белорусского государственного университета культуры и искусств (Репозиторий БГУКИ (repository.buk.by); базы данных «Труды преподавателей, сотрудников, аспирантов, магистрантов и студентов БГУКИ»), электронно-библиотечных системах («Университетская библиотека онлайн», «ЛАНЬ»), научных электронных библиотеках (eLIBRARY.RU, КиберЛенинка), профессиональных периодических изданий: «Бібліятэчны свет», «Научные и технические библиотеки», «Библиотекосведение», информационно-справочном портале – LIBRARY.RU.

Для самостоятельного изучения проблемного поля учебной дисциплины студентам рекомендуется воспользоваться: видеоуроками по

созданию медиапродуктов, размещенными на видеохостинге YouTube; методическими рекомендациями по методике размещения библиотечного контента в социальных медиа, представленными на сайтах библиотек-методических центров; видеоуроками по созданию библиотечных скринкастов; серией вебинаров «Библиосфера: новые форматы» ГПНТБ СО РАН.

Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности

Для диагностики уровня знаний, умений и навыков студентов, полученных в процессе изучения учебной дисциплины «Анализ медиасреды», проводится зачет. Аттестация студентов осуществляется с учетом академической активности студентов на лекционных, семинарских и практических занятиях, а также с учетом выполненных ими учебных заданий в рамках управляемой самостоятельной работы.

Основными видами контроля, обеспечивающими высокую степень диагностики уровня знаний, умений и навыков студентов по учебной дисциплине, являются:

- корректирующий контроль: экспресс-опрос в устной или письменной форме, собеседование по пройденному материалу;
- констатирующий контроль: оценка выступлений студентов с докладами и сообщениями на семинарских занятиях, проверка письменных работ (реферат, опорный конспект) или мультимедийных презентаций;
- самоконтроль: осуществляется самим студентом в форме анализа уровня своей подготовки по сравнению с одногруппниками;
- текущий контроль знаний – устный опрос;
- промежуточный контроль знаний – зачет.

Для оценки качества самостоятельной работы студентов осуществляется систематический контроль за ее выполнением путем проверки выполненных студентами заданий в установленные преподавателем сроки.