



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А. В. Данильченко

2015 г.

Регистрационный № УД- 1153 /уч.

ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА (ТЕЛЕВИДЕНИЕ, КИНО, РЕКЛАМА)

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-19 01 01 Дизайн (по направлениям);
направление специальности
1-19 01 01-04 Дизайн (коммуникативный)

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-19 01 01-2013 и учебного плана УВО № С 19-005/уч. от 30.05.2013 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

К. А. Корявая, преподаватель кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета, магистр педагогических наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета
(протокол № 2 от 22.09.2015);

Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского государственного университета
(протокол № 2 от 21.10.2015)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Визуальная культура (телевидение, кино, реклама)» предназначена для студентов, обучающихся на первой ступени высшего образования по специальности 1-19 01 01-04 Дизайн (коммуникативный).

Цель учебной дисциплины – развитие визуального опыта у студентов, формирование понимания процессов коммуникации, используемых в современной визуальной культуре коммуникационного дизайна.

Задачи учебной дисциплины:

1. ознакомить студентов с основными тенденциями эпохи визуализации;
2. раскрыть сущность и основные понятия визуальной культуры;
3. определить условия эффективных визуальных решений для телевидения, киноискусства и рекламы;
4. сориентировать студентов в современных методах и технологиях визуализации.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста по дизайну, связи с другими учебными дисциплинами.

Учебная дисциплина «Визуальная культура (телевидение, кино, реклама)» в качестве спецмодуля вузовского компонента является дополнительной в подготовке специалистов по коммуникативному дизайну и коррелирует современные рыночные требования с визуальной составляющей коммуникации.

Данная учебная дисциплина связана с такими базовыми учебными дисциплинами гуманитарного цикла, как «Философия», «Культурология», «История искусств», а также с учебными дисциплинами «Основы компьютерного проектирования», «Техника и технология коммуникации», «Семиотика материально-художественной культуры».

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- предпосылки развития феномена визуализации;
- визуальные тенденции и стереотипы XXI века;
- каналы и принципы воздействия визуальной информации;
- основные телевизионные жанры;
- основные жанры киноиндустрии;
- основные жанры и каналы коммуникации визуальной рекламы.

уметь:

- применять инструменты визуализации на практике;
- работать с брифами заказчиков визуальных продуктов;
- составлять творческие концепции;
- создавать визуальные продукты для киноискусства, телевидения и рекламы в соответствии с потребностями целевых аудиторий;

владеть:

- основными понятиями визуальной культуры;

- знаниями об образах, изображениях и знаках;
- инструментами визуализации художественных образов;
- техниками создания визуальных продуктов.

Информация об учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, формы аттестации

Курс	1
Семестр	2
Всего часов по дисциплине	72
Всего аудиторных часов по дисциплине	34
Лекции	18
Семинарские	16
Форма текущей аттестации	зачёт
Форма получения высшего образования	очная

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Тема 1. Визуальная эпоха: ключевые понятия и тенденции

Понятие «визуальная культура». Исторические и контекстные предпосылки развития феномена визуализации. Связь визуальной культуры с антропологией, культурологией, философией, социологией, психологией, историей искусств и семиотикой. Сущность «визуального поворота», «визуальной грамотности». Характеристика эпохи визуализации. Визуальные тенденции и стереотипы XXI века.

Тема 2. Зрительный образ как коммуникативный аспект визуальной культуры

Особенности визуальной коммуникации. Таргетированная коммуникация. Каналы и принципы воздействия визуальной информации. Понятия изображения и образа. Понятие артефакта в визуальной культуре. Процессы зрительного восприятия действительности и распознавания визуальных образов. Гештальт в восприятии визуальной культуре. Зрительный и ментальный образы. Эстетическое восприятие мира как творческий процесс. Визуальная культура в искусстве и повседневности. Достоверность и искажение изображения: перспектива, зрительные иллюзии, оптические обманы, парейдолия, анаморфозы, апофения. Денотативное и коннотативное сообщение в визуальной коммуникации (по Р. Барту). Понятие о знаках: иконический знак, знак-символ, знак-индекс (по Ч. Пирсу).

РАЗДЕЛ 2. ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ТЕЛЕВИДЕНИЯ, КИНО, РЕКЛАМЫ

Тема 1. Визуально-коммуникативный аспект телевидения

История и предпосылки возникновения телевидения в мире и Беларуси. Телевидение как феномен массовой культуры. Понятие медиакультуры, медиаменеджмента, медиапедагогике; объект и предмет медиалогии. Основные телевизионные жанры. Понятие и виды телесериала. Понятие и виды ТВ-шоу. Информационные, развлекательные, политические, познавательные, игровые программы. Детское телевидение. Эфирное, кабельное, спутниковое, интернет-телевидение — особенности вещания и контента. Визуально-стилистическое оформление телеканалов, телепрограмм. Двухмерное и трёхмерное телевидение. Интерактивное телевидение и тенденции развития ТВ-индустрии.

Тема 2. Визуальные образы киноискусства

История и предпосылки возникновения кино в мире и Беларуси. Понятия кинематографа, киноискусства, киноиндустрии. Киноведение как наука. Влияние фотографии, живописи, литературы и театра на становление киноискусства. Виды кино: игровое, короткометражное, документальное.

Кинематографическая мультипликация. Жанры игрового кино (комедия, боевик, триллер, детектив, драма, мелодрама, киноэпопея, фантастика, фильмы ужасов, музыкальный фильм, эротический фильм, лирические, фольклорные жанры). Художественные приёмы жанров кино (цвето-стилистическое решение, крупность планов, глубина резкости, скорость съёмки, ретраспекция, контрапункт), киноэстетика и теоретико-художественные концепции. Оценка кинопроцесса, функции и влияние кинокритиков на современную киноиндустрию.

Тема 3. Визуальное воздействие рекламы

Понятие и виды визуальной рекламы. Понятие целевой аудитории и задач рекламной коммуникации. Коммуникативный аспект рекламы, методы и приёмы воздействия, образы-вампиры. История возникновения печатной рекламы, жанрово-стилистическое разнообразие рекламной продукции. Эволюция печатных технологий. Плакатное искусство. Дизайн упаковки. Дизайн макетов, рекламная полиграфия. Печатная реклама, виды визуальной рекламы в печатных СМИ. Наружная реклама. Indoor-реклама. Транзитная реклама. Художественно-креативные приёмы в рекламе, понятие и особенности создания ambient-медиа. Понятие и особенности видеорекламы. Виды видеорекламы. Эволюция телевизионной рекламы. Рекламные возможности современных видеосервисов. Виды интернет-рекламы, интерактивная реклама. Реклама как вид искусства, фестивальная реклама, международные конкурсы рекламы.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ							
1.1	Визуальная эпоха: ключевые понятия и тенденции	2						Активная лекция, обсуждение, фронтальный опрос
1.2	Зрительный образ как коммуникативный аспект визуальной культуры	4		4				Активная лекция, обсуждение, групповая дискуссия, фронтальный опрос, работа в малых группах
2	ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ТЕЛЕВИДЕНИЯ, КИНО, РЕКЛАМЫ							
2.1	Визуально-коммуникативный аспект телевидения	4		4				Активная лекция, обсуждение, групповая дискуссия, фронтальный опрос, работа в малых группах, кейс-стади
2.2	Визуальные образы киноискусства	4		4				Активная лекция, обсуждение, групповая дискуссия, фронтальный опрос, работа в малых группах, кейс-стади
2.3	Визуальное воздействие рекламы	4		4				Активная лекция, обсуждение, групповая дискуссия, фронтальный опрос, работа в малых группах, кейс-стади
	ВСЕГО	18		16				

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Александров, Е.В. Опыт рассмотрения теоретических и методологических проблем визуальной антропологии. / Е.В. Александров // М.: «Пенаты». 2003. – 97 с.
2. Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм // М.: Архитектура-С. 2007. – 392 с.
3. Беззубова, О. В. Визуальная культура и визуальный поворот в культуральных исследованиях второй половины XX века // Аналитика культурологи, №28, 2014
4. Бергер, Дж. Искусство видеть / Дж. Бергер // М.: Клаудберри, 2012. – 183 с.
5. Бернштейн, Б. М. От магии культа к магии эстетического взгляда. Аура утраченная и обретенная. // Художественная аура. Истоки, восприятие, мифология. М.: Индрик. – 2011. – 560 с.
6. Вирильо, П. Машина зрения. СПб.: Наука. – 2004. – 142 с.
7. Голомбински, К., Хаген, Р. Добавь воздуха. Основы визуального дизайна для графики, веба и мультимедиа. – СПб.: Питер, 2013. – 272 с.
8. Грегори, Р. Л. Разумный глаз. Как мы узнаем то, что нам не дано в ощущениях. М.: URSS, 2003. – 240 с.
9. Даниэль, С. М. Искусство видеть / С.М. Даниэль // М.: Амфора, 2006. – 206с.
10. Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова // М.: Академический проект, 2005. – 448 с.
11. Костина, А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: УРСС. 2006. – 350 с.
12. Мальковская, И.А. Визуальная культура: проблема самоидентичности / И.А. Мальковская // Знание. Понимание. Умение, №4. – 2008. – С. 45-49.
13. Морозова, И.Г. Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства. / И.Г. Морозова – М.: Гелла-Принт, 2002. – 272 с.
14. Разлогов, К. Э. Искусство экрана: от синематографа до Интернета. М.: РОССПЭН. 2010. – 287 с.
15. Розин, В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир – М.: Либроком, 2009. – 272с.
16. Савицкая, Т.Е. Визуализация культуры: проблемы и перспективы // Обсерватория культуры. – 2008. – № 2.
17. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества. М.: Аспент-пресс. 2004.
18. Шапиро, М. Некоторые проблемы семиотики визуального искусства. Пространство изображения и средства создания знака-образа / М. Шапиро // Искусствоведение: методы точных наук и семиотики. – М.: ЛКИ, 2007. – С.136-163.

19. *Шустер, О.* Актуализация культурных ценностей социальной группы в символическом пространстве фотографии // Социологические исследования, №7, 2013.
20. *Шустер, О.* Предпосылки становления визуальности в информационном обществе // Социология, №3, 2013.

Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по дисциплине специализации «Визуальная культура (телевидение, кино, реклама)» входят:

- фронтальные устные опросы,
- оценка активности работы в малых группах,
- оценка активности студентов во время групповых обсуждений,
- кейс-стади,
- зачет в виде выполнения индивидуального задания.

Индивидуальное задание к зачету

Индивидуальное задание к зачёту представляет собой творческую самостоятельную домашнюю работу. Позволяет выявить глубину освоения учебной программы, проявить профессиональные навыки студентов в области дизайна и визуальной культуры.

Задание:

Разработать визуально-творческую концепцию продукта визуальной культуры для телевидения/ киноискусства/ рекламы (на выбор).

Для телевидения:

Оценка 4-8: Предоставить концепцию ТВ-программы на свободную тему приложить сценарий, выбрать и описать жанр, стиль, хронометраж ТВ-продукта. Предоставить макеты визуально-стилистического оформления ТВ-программы.

Оценка 9-10: К концепции и макетам ТВ-программы приложить готовый ТВ-выпуск. Допускается сокращение хронометража при условии сохранения концепции и раскрытия темы.

Для киноискусства:

Оценка 4-8: Предоставить раскадровку на свободную тему с описанием сюжета киноленты, приложить сценарий, описать жанр, стиль, хронометраж кинопродукта. Описать используемые жанрово-художественные приёмы.

Оценка 9-10: К раскадровке и сценарию приложить готовый кинопродукт. Допускается сокращение хронометража при условии сохранения сюжетной линии и раскрытия темы.

Для рекламы:

Оценка 4-8: Предоставить рекламный макет для любого визуального носителя, рекламирующий любой продукт или услугу с описанием концепции

или раскадровку для видеоролика с описанием сценария. Составить рекламный бриф (портрет целевой аудитории, основные характеристики рекламируемого продукта/услуги, цель рекламирования) и описать визуально-концептуальное решение.

Оценка 9-10: К рекламному макету/раскадровке и концепции/сценарию приложить готовый рекламный продукт/ ролик. Важным условием является соответствие выбранного канала рекламной коммуникации целевой аудитории продукта/услуги.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Основы компьютерного проектирования	Информационных технологий	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. протокол № 2 от 22.09.2015
Теория массовых коммуникаций	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. протокол № 2 от 22.09.2015
Семиотика материально-художественной культуры	Дизайна	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. протокол № 2 от 22.09.2015

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий коммуникации (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой
канд. философ. наук, доц. _____
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

И.В. Сидорская
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд. филол. наук, доц. _____
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

С.В. Дубовик
(И.О.Фамилия)