

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
профессионального образования**

Национальный исследовательский университет

«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»

Факультет медиакоммуникаций

Программа дисциплины

«Традиционные искусства и средства массовой коммуникации»

подготовки бакалавра (дисциплина по выбору)

Авторы программы: д.культ. Новикова А.А..

Рекомендовано секцией УМС

Одобрено на заседании департамента

Председатель

«Новые медиа и социальные коммуникации»

Зав. департаментом _____ Шомова С.А.

« ____ » _____ 2012 г.

« ____ » _____ 2012 г.

Утверждено УС факультета

Медиакоммуникаций

Ученый секретарь

« ____ » _____ 2012 г.

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями
университета и другими вузами без разрешения разработчиков программы.*

Москва 2012

Требования к результатам освоения дисциплины:

Настоящий курс направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
<i>общекультурные</i>	ОК 1	владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты мыслительной деятельности	Семинарские занятия в форме круглых столов, посвященные обсуждению медиа-процессов.
	ОК-2	способностью ясно, логически верно и аргументировано строить письменную и устную речь и использовать ее в профессиональной деятельности; владение навыками публичной и научной речи	Выступления на семинарах, практические занятия – написание рецензий на телевизионные фильмы и программы
	ОК-7	умением использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы;	Выступления на семинарах, практические занятия – написание рецензий на телевизионные фильмы и программы
	ОК-9	способность понимать сущность и значение информации в развитии современного	Подготовка итоговой презентации, представляющей

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
		информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;	результаты учебного исследования с использованием освоенных в ходе занятий методов.
	ОК-10	владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, владением навыками работы с компьютером как средством управления информацией; способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях	Подготовка итоговой презентации, представляющей результаты учебного исследования с использованием освоенных в ходе занятий методов.
<i>профессиональные</i>	ПК-3	<ul style="list-style-type: none"> ориентация в основных мировых тенденциях развития медиаотрасли, (содержательных и технологических), понимание процессов конвергенции, осведомленность в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа, в том числе понимание процессов конвергенции 	
	ПК-28	<ul style="list-style-type: none"> осведомленность о наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиопрограмм, Интернет 	

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
		СМИ и мобильных медиа, ориентация в современной жанровой и стилевой специфике	

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

знать

- иметь представление о различных видах традиционного искусства, как то: изобразительные искусства, театр, классическая музыка, эстрада, цирк;
- знать основные исторические и технологические этапы развития средств массовой коммуникации (СМК) :
- иметь представление об основных этапах взаимодействия традиционных искусство с СМК: телевидением, радио, кинематографом, новыми медиа.

уметь

- уметь анализировать медиаверсии произведений традиционных искусств;
- уметь оценивать возможности презентации произведений искусства с помощью СМК;

владеть

- владеть навыками анализа медиаверсий произведений искусства;
- владеть навыками написания рецензий.

Формы организации учебного процесса:

- проведение лекционных занятий;
- проведение семинарских занятий, в основе которых – обсуждение специфики того или иного искусства и особенностей адаптации этих видов искусства к требованиям разных медиа;
- домашние задания - написание рецензий на медиаверсии произведений искусства;

- самостоятельная работа студентов по освоению эмпирического и теоретического материала.

Структура итоговой оценки:

Итоговая оценка складывается:

- посещений занятий -20%
- зачета- 50 %
- дом. задания -30%

Итоговая оценка по дисциплине

Оитг.оц.= О_{пос.лек.}+ О_{зачет} + О_{д.з.}

Оитг.оц.= 20%+50%+30%

Тематический план учебной дисциплины

№	Наименование темы	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	
1	Основные понятия теории и истории искусств	8	8	0	12
2	Средства массовой коммуникации (СМК) как феномен культуры	4	4	0	12
3	Специфика взаимодействия музыки и СМК	4	2	2	12
4	Специфика взаимодействия пластических искусств и СМК: от репродукции к виртуальным музеям	4	2	2	12
5	Специфика взаимодействия эстрадного искусства и СМК	4	2	2	12
6	Специфика взаимодействия циркового искусства и СМК	4	2	2	12
7	Специфика взаимодействия театрального	4	2	2	12

	искусства и СМК				
9	Традиционное искусство и цифровая культура	4	2	2	12
	Итого	36	24	12	108

Базовая литература по курсу:

1. Дмитриева Н.А. Краткая история искусств. М., 1993.
2. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М., 1995.
3. Зоркая Н.М. Уникальное и тиражированное : средства массовой информации и репродуцированное искусство. М., 1981.

Содержание курса

Тема 1. Основные понятия теории и истории искусств

Основы теории искусств. Морфология искусств: виды, жанры и роды. Принципы классификации искусств. Художественные стили в искусстве. Периодизация истории искусств.

Литература по теме:

1. Дмитриева Н.А. Краткая история искусств. М., 1993
2. Борев Ю. Эстетика. Учебник. М., 2002.
3. Дриккер А. Эволюция культуры: информационный отбор. СПб., 2000.

Тема 2. Средства массовой коммуникации (СМК) как феномен культуры

Средства массовой коммуникации на разных этапах истории человечества. СМК и технологические революции. Технические СМК.

Литература по теме:

1. Дебре Р. Введение в медиологию. М., 2010.
2. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего. М.: Академический проект, 2005.
3. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М., 1996.

Тема 3. Специфика взаимодействия музыки и СМК

Музыка классическая и популярная. Музыка в европейской культуре разных веков. Тиражирование музыки. История технического воспроизведения музыки. Индустрия звукозаписи. Особенности современного повседневного потребления классической музыки.

Литература по теме:

1. Дуков Е.В. Концерт в истории западноевропейской культуры. М., 2003.
2. Высоцкая М., Григорьева Г. Музыка XX век: от авангарда к постмодерну: Учебное пособие. М., 2011.
3. Лебрехт Н. Маэстро, шедевры и безумие: тайная жизнь и позорная смерть индустрии звукозаписи классической музыки. М., 2009.

Тема 4. Специфика взаимодействия пластических искусств и СМК: от репродукции к виртуальным музеям

Специфика пластических искусств. История репродуцирования и тиражирования произведений пластических искусств. Художественная критика и арт-журналы. Музеи в современном мире, их роль в современной культуре. Виртуальные музеи – специфика коммуникации с артефактом. Музеи как площадки для развлечений

Литература по теме:

1. Борев Ю. Эстетика. Учебник. М., 2002.
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М., 1996.
3. Калугина Т. Художественный музей как феномен культуры. СПб., 2001. Режим доступа: http://krotov.info/libr_min/11_k/al/ugina_0.htm. Дата обращения: 21.02.2012..

Тема 5 . Специфика взаимодействия эстрадного искусства и СМК

История и специфика жанров эстрады. Эстрада в XX веке. Песня и на радио и телевидении. Музыкальный клип. Связь эстрады и шоу-бизнеса. Формы взаимодействия шоу-бизнеса и СМК.

Литература по теме:

1. Клитин С. История искусства эстрады: учебник. СПб, 2008.
2. Дуков Е.В. Концерт в истории западноевропейской культуры. М., 2003.
3. Телевизионная эстрада. Сборник. Под ред. Ю. Богомолова. М., 1981.
4. Колбер Ф. Маркетинг культуры и искусства. СПб., 2004
- 5.

Тема 6. Специфика взаимодействия циркового искусства и СМК

Цирк как зрелищное искусство. Цирковое искусство: от народной к массовой культуре. Экцентрика в кино. ФЭКСы. Цирк на телевидении. Цирк и шоу-бизнес.

1. Жандо Д. История мирового цирка. М., 1984.
2. Русский авангард 1910-х 1920-х годов и театр. СПб., 2000.
3. Трауберг Л. 3. Мир наизнанку. М., 1984 г.

Тема 8. Специфика взаимодействия театрального искусства и СМК

Театр как зрелищное искусство. Проблемы фиксации и адаптации театральных спектаклей: опера, балет, драматический театр. Радиотеатр. Телетеатр. Взаимодействия современных медиа и театра.

Литература по теме:

1. Новикова А. Телевидение и театр: пересечения закономерностей. М., 2004.
2. Шерель А. Аудиокультура XX века. М., 2004.
3. Дебор Г. Общество спектакля. М., 2000.

Тема 9. Традиционные искусства и цифровая культура.

Специфика цифровой культуры. Традиционное искусство в интерактивной среде. От публики к аудитории и обратно. Публика нового времени. Интернет и экономика культуры. Формирование креативных индустрий.

Литература по теме:

1. Дриккер А. Эволюция культуры: информационный отбор. – СПб.: Академический проект, 2000.
2. Долгин А. Экономика символического обмена. М., 2007.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
4. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее. М., 2007.

- 5.