




Київський національний університет культури і мистецтв

КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК

	Назва дисципліни	Візуальні дослідження та креативні практики	
	Рівень вищої освіти	третій (освітньо-науковий), PhD	
	Галузь знань	03 Гуманітарні науки	
	Спеціальність	034 Культурологія	
	Освітньо-наукова програма	Культурологія	
	Форма навчання	денна	
	Адреса викладання	вул. Євгена Коновальця, 36	
	Кафедра, за якою закріплена дисципліна	Кафедра комп'ютерних наук	
	Семестри	III	
	Обсяг	Загальна кількість годин	90
		Кількість кредитів	3
		Лекції	10
		Практичні заняття	16
		Самостійна робота	64
		Форма звітності	іспит (3 семестр)
	Тип дисципліни (обов'язкова/вибіркова)	Блок А (вибіркова)	
	Мова навчання	Українська, англійська	
Викладач	Трач Юлія Василівна		
Контактна інформація	kn@knukim.edu.ua		
Програма дисципліни	https://elearn.knukim.edu.ua/course/view.php?id=1567		

ЗАГАЛЬНИЙ ОПИС ЗМІСТУ ДИСЦИПЛІНИ

Курс спрямовано на розширення уявлення здобувачів ступеня доктора філософії (PhD) про можливості класичних і сучасних підходів до розуміння візуального та креативного як контенту і контексту сучасного мистецтвознавства.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета: засвоєння теоретичних та емпіричних засад методології візуальних досліджень та креативних практик для застосування їх при вивченні проблематики мистецтвознавства.

Завдання: розвинути в аспірантів системне уявлення про підходи до збору та аналізу даних в методології візуальних досліджень та креативних практик, з'ясувати роль креативних індустрій як особливого типу соціокультурних практик, розвинути навички розуміння соціокультурних проблем за допомогою візуальних образів і технологій, розглянути методологічні та етичні виклики і дилеми, характерні для візуальних досліджень, відпрацювати навички систематизації візуальних даних і презентації результатів дослідження, створювати креативні проекти з урахуванням пріоритетів розвитку культурних та креативних індустрій.

Предмет: можливості класичних і сучасних підходів до розуміння візуального та креативного як контенту і контексту сучасного мистецтвознавства.

Аспірант повинен знати:

- предмет і завдання візуальних досліджень, основні етапи розвитку візуальних досліджень мистецтвознавчих проблем;
- основні теоретико-методологічні напрями та авторів ключових праць з візуальних досліджень;
- форми, джерела, методи і предметне поле візуальних досліджень;
- історичні, художні та політичні засади виникнення дискусії про креативні індустрії;
- концепції теоретиків та політику креативних індустрій;
- пріоритети розвитку культурних та креативних індустрій в Україні та світі.

Аспірант повинен вміти:

- оперувати основними теоретичними поняттями курсу, систематизувати факти і формулювати на цій основі аргументовані висновки, використовувати міждисциплінарний підхід до вивчення гуманітарних дисциплін;
- працювати з аудіовізуальними джерелами, застосовувати понятійний апарат візуальних досліджень та креативних практик, вести наукову

дискусію, самостійно працювати з візуальною інформацією та науковою літературою по темі курсу, аналізувати інформацію з різних джерел;

- співвідносити тенденції розвитку візуальних досліджень та креативних індустрій із соціокультурним контекстом еволюції науки, мистецтва і громадянського суспільства;
- створювати креативні проекти.

У результаті вивчення навчальної дисципліни аспіранти повинні набути такі програмні **компетентності**:

загальні:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність до самостійного формування й неперервного удосконалення системного наукового і загального культурного світогляду;
- здатність діяти на основі етичних кодексів і професійної етики науковця, на засадах науковості та толерантності;

фахові:

- здатність до побудови та аргументованого представлення культурологічного нарративу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових знань;
- здатність до наукового аналізу культурних явищ, практик та процесів із використанням різних методологічних підходів;
- здатність аналізувати та критично оцінювати сучасні концепції культурології, а також тенденції розвитку культурологічної теорії;
- здатність апробувати результати культурологічних досліджень, популяризувати й поширювати їхні результати.

Результати навчання за дисципліною:

- Здійснювати наукове дослідження згідно з основоположними принципами наукового пізнання.
- Здійснювати пошук, обробку та аналіз інформації з різних джерел.
- Здійснювати формування й неперервне удосконалення власного наукового і культурного світогляду.
- Генерувати нові ідеї (креативність) та критично оцінювати їхній потенціал.
- Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, обробки та аналізу інформації, зокрема, статистичні методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.
- Діяти на основі етичних кодексів і професійної етики науковця, принципів академічної доброчесності і високої академічної культури.
- Мати передові концептуальні та методологічні знання з культурології та на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.

- Вільно презентувати та коментувати результати досліджень, наукові й прикладні проблеми культурології та суміжних наукових дисциплін.
- Розробляти та реалізовувати наукові/інноваційні культурно-мистецькі проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі проблеми культурології.
- Здійснювати аналітико-прогностичні дослідження й формувати стратегії культурної політики в сфері державного управління та інших соціокультурних інститутах.
- Впроваджувати результати культурологічних досліджень у практику, популяризувати й поширювати їхні результати.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН КУРСУ

РОЗДІЛ 1. ВІЗУАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

ТЕМА 1.1. ПАРАДИГМА ВІЗУАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КУЛЬТУРИ

Візуальна культура як новий міждисциплінарний напрям, що виник на перетині філософії, теорії культури, соціології та мистецтвознавства. Візуальна культура як сфера поняття «культура», що розвиває здібності сприйняття візуальних образів, вміння їх аналізувати, інтерпретувати, оцінювати, зіставляти, представляти, створювати на цій основі індивідуальні художні образи. Візуальна культура і об'єкти культури: кіно, телебачення, фотографія, концептуальне мистецтво, «publicart», малюнок, фотографія, живопис, театр, відео-арт, реклама, рекламні ролики, дизайн, WEB-дизайн, відеоігри, мода, графіті.

«Нова історія мистецтва» і формування сучасної теорії візуальної культури. Дослідження Р. Барта, М. Фуко, П. Бурдьє, Ж. Лакана, Г. Дебора. Семіотика як перспективна методологія «нової історії мистецтва». Роботи А. Ріглі і Е. Панофського та ін. Періоди концептуалізації «візуальної культури». Парадигми візуальних досліджень: натуралізм (з орієнтацією на позитивістську методологію), структуралізм (з орієнтацією на системно-семіотичний аналіз), конструктивізм (з орієнтацією на аналіз ситуації виникнення та функціонування явища, в тому числі і дискурсивний аналіз) і феноменологія (з орієнтацією на аналіз сенсу – виробника і споживача візуальних образів).

ТЕМА 1.2. МІЖДИСЦИПЛІНАРНІСТЬ ВІЗУАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Міждисциплінарність як відмінна ознака візуальної культури. Загальна іконологія (Е. Панофський, А. Варбург, Д. Т. Мітчелл), психологія зорового сприйняття (Т. Ліппс, В. Вундт, Р. Архейм) і візуальні дослідження.

Можливості візуальних досліджень: методологічний ресурс історії

мистецтв для аналізу нових, в тому числі нехудожніх об'єктів; позахудожній, побутовий практичний візуальний досвід.

Бачення як ключова категорія для візуальних досліджень. Тенденція візуальних досліджень – вивчення об'єкта або феномена на стику дисциплін. Візуальні дослідження в сфері естетики і медіадосліджень. Об'єкт візуальних досліджень. Візуальні дослідження і культуральні дослідження.

ТЕМА 1.3. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ВІЗУАЛЬНОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ

Візуальна медіакультура як складова загальної візуальної культури, обумовлена візуальними медіазасобами і мультимедійними технологіями. Візуальний формат – основа й головний засіб візуальних, аудіовізуальних медій. Поняття про медіакультуру та її візуальну складову. Культурологічна, соціально-психологічна складові візуальної медіакультури як взаємодія візуальної, масової та медійної культур.

Психологічний аспект візуальної медіакультури – візуальна медіакультура особистості: 1) медіа обізнаність і медіа імунітет, 2) медіаграмотність, 3) медіакомпетентність людини у сфері медіавізуального. «Новий тип бачення» людини як: сприймання візуальної інформації через екранні медіа; «комунікація без слів» між інформаційно й візуально насиченим медіатекстом та змістом свідомості глядача; розуміння умовностей/особливостей візуальних медіатекстів різного формату; здатність вбачати у візуальній медіапродукції більше, ніж зображено/репрезентовано, розуміння візуальної медіареальності в глобальному контексті.

Медіаісторія як культурно-історична тенденція розвитку медіазасобів і провідних візуальних медіазасобів.

РОЗДІЛ 2. КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ

ТЕМА 2.1. КРЕАТИВ ЯК НОВИЙ ПІДХІД ДО РОЗУМІННЯ КУЛЬТУРИ ТА КУЛЬТУРНІ СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Креатив як нова реалія сучасності. Основні підходи до визначення поняття креативності. Суб'єкти креативного процесу. Співвідношення понять «креативність» і «творчість». Креативність і культура.

Історичні, художні та економічні підстави виникнення дискусії про креативні індустрії. Креативна економіка і креативні індустрії. Теоретики креативних індустрій в ХХІ ст. Креативні індустрії як текст і створення нових смислів.

Терміни «культурні індустрії» і «креативні індустрії». Креативні індустрії як один із нових підходів інноваційного розвитку культури. Їх можливості та потенціал для розвитку культурного кластера в сучасних умовах. Методи культурної політики з урахуванням ролі креативних індустрій.

Креативні (творчі) індустрії як тип соціально-культурних практик,

домінуючою і об'єднуючою ідеєю, в яких виступають творчі і культурні компоненти. Географічна експансія креативних індустрій.

Картування територій, як процес складання карти культурних і творчих ресурсів території для роботи й оцінювання потенціалу креативного (творчого) сектора, визначення його потреб і можливостей.

ТЕМА 2.2. КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ: ВЗАЄМООБУМОВЛЕНІСТЬ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ

Рівень інформованості про культурні та креативні індустрії в країнах Східного партнерства.

Потенціал культурних і креативних індустрій у розвитку економіки і створення робочих місць. Залучення зарубіжних фахівців до розробки культурної політики в Україні. Способи фінансування культури. Важливість і потенціал цифрових технологій в сфері культури. Пріоритети розвитку.

Креативні індустрії як мережева структура. Креативна економіка та її теоретичні інтерпретації.

«Креативна Європа» – програма Європейського Союзу, спрямована на підтримку культурного, креативного та аудіовізуального секторів.

РОЗПОДІЛ ГОДИН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
1.	Тема 1.1. Парадигма візуальних досліджень культури	4
2.	Тема 1.2. Міждисциплінарність візуальних досліджень	4
3.	Тема 1.3. Концептуалізація візуальної медіакультури	-
4.	Тема 2.1. Креатив як новий підхід до розуміння культури та культурні стратегії сучасного суспільства	4
5.	Тема 2.2. Креативні практики: взаємообумовленість теорії і практики	4
Усього годин		16

ВИДИ РОБІТ І ЗАВДАНЬ. ІНСТРУМЕНТАРІЙ НАВЧАННЯ

Види робіт для осмислення понять і практичного засвоєння курсу:

- анотування наукової літератури;
- опрацювання й коментування довідкових джерел;
- виступи слухачів із коментуванням основних положень курсу;
- презентація підготовленого індивідуального навчального проекту

на обрану тему;

- обговорення питань з наукових джерел, винесених на самостійне опрацювання.

Індивідуальні завдання:

Підготовка наукової статті з проблем дослідження.

Підготовка друкованого варіанту наукового виступу. Підготовка навчального проєкту:

Медіа історія як культурно-історична тенденція розвитку медіа засобів і провідних візуальних медіа засобів.

6. КОНТРОЛЬ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ АСПІРАНТІВ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Дистанційна форма навчання передбачає виконання усіх видів завдань, у тому числі й завдань для самостійної роботи, що відображено в курсі на платформі Moodle: виконання кожного виду завдань підтверджується прикріпленням файлу (у різному форматі), його оцінюванням викладачем із занесенням оцінки у «Журнал оцінок».

ПОЛІТИКА КУРСУ

Оцінювання (усних повідомлень і практичних завдань із питань курсу, аналізу наукової й навчально-методичної літератури, самостійна й індивідуальна робота за темами, виконання тестових завдань і т. ін.) здійснюється з позицій дотримання академічної доброчесності, ґрунтоване на чинних нормативних документах.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка за національною шкалою		Оцінка ECTS	100-бальна система оцінювання
Екзамен (чотирирівнева)	Залік (дворівнева)		
відмінно	зараховано	A	90–100
добре	зараховано	B	84–89
		C	74–83
задовільно	зараховано	D	66–73
		E	61–65
незадовільно	не зараховано	FX	21–60
		F	0–20

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Антонова О. Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки // Теоретичні прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі : монографія / за ред. О. А. Дубасенюк. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2012. С. 14–41.

2. Барт Р. Послекино. Киноведческие записки (Далее – КЗ). 1995, 28.
3. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М., 1996.
4. Бергер А. Видеть – значит верить : введение в зрительную коммуникацию. М., 2005.
5. Зімовін О. Параметри, показники та кореляти креативності. URL: http://VKhIPC_2014_1095_53_4.pdf
6. Йоас Х. Креативность действия / пер. с нем. Санкт-Петербург : Алетейя, 2005. С. 20–21.
7. Кирсанов К. Креативный и эвристический менеджмент. РЭЖ. 1995. № 1.
8. Креативні індустрії для розвитку територій : програма форуму, 21– 22 лютого 2017, м. Дніпро. URL: http://cif.in.ua/forum_program.pdf.
9. Курчевский В. Изобразительное решение мультипликационного фильма. О природе гротеска и метафоры. М., 1986.
10. Лотман Ю.М. О языке мультипликационных фильмов. Об искусстве. СПб., 1998
11. Маслоу А. Эмоциональныепомехитворчеству. URL: <http://www.psylib.org.ua/>
12. Мерло-Понти М. Кино и новая психология. КЗ. 1992, 16.
13. Моголи-Наги Л. Живопись или фотография. М.-Л., 1929.
14. Мороз В. Развитие креативности студентов. URL: <https://books.google.com.ua/>
15. Олійник О. С. Індустріалізація культури: теоретична розвідка. Київський нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : ДАКККіМ, 2008. 174 с.
16. Панофский Э. Стил ь и средства выражения в кино // КЗ. 1990, 5.
17. Петришин Л. Зміст поняття креативності як властивості особистості майбутніх соціальних педагогів // Педагогіка, психологія і соціологія: теорія та методика навчання, виховання та освіти. Тернопіль : Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка, 2013. С. 4–5.
18. Поллак П. Изисториифотografieи. М., 1983.
19. Пондопуло Г. К., Ростоцкая М. А. Новые искусства и современная культура. Фотография и кино. М., 1997.
20. Строеие фильма. Некоторые проблемы анализа произведений экрана / Под ред. К. Ю. Разлогова. М., 1984.
21. Теория и практика креативной деятельности : учеб. пособие / О. А. Карлова, Е. А. Ноздренко, И. А. Пантелеева, И. А. Карлов. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012. - 373 с.
22. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. Москва : Классика-XXI, 2007. С. 20–29.
23. Ханютин А. Предкинематографические зрелища и их исторические связи с литературой. Экранные искусства и литература. Немое кино. М., 1991.

24. Ямпольский М. Видимый мир. Очерки ранней кинофеноменологии. М., 1993.
25. Ямпольский М. Наблюдатель. Очерки истории видения М., 2000.
26. Ямпольский М. Пространство мультипликации // Искусство кино. 1982,3.
27. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М.: ВШЭ, 2014.
28. Зеленцова Е.В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта. Автореф. диссер. канд. культурологии. М., 2008.
29. Лиханина Е. Н. Креативные и творческие индустрии как социально-культурное условие развития современного индустриального города / Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. № 33. 2015.

Допоміжна

30. Авербух В.Л. Метафоры визуализации. Программирование, 2001. № 5. С. 13-17.
31. Баль М. Визуальный эссенциализм и объект визуальных исследований. Логос. 2012. № 1. С. 212-249.
32. Бергер Д. Искусство видеть. СПб.: Клаудберри, 2012. С. 184.
33. Макклюэн М. Понимание Media. М.: Кучково поле, 2007. С. 464.
34. Петровская Е. Теория образа. М.: РГГУ, 2010. С. 286.
35. Рикер П. Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение // Теория метафоры. М., 2000.
36. Скавронська І.В. Особливості розвитку креативних індустрій в Україні Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю [“Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами”], (Луцьк, 8 грудня 2016 року) / РВВ Луцького НТУ, 2016. – Ч. 5. – 350 с. – С. 218 – 222. – Режим доступу: www.economovita.lntu.edu.ua
37. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М.: AdMarginem, 1999. С. 480.
38. Элкинс Д. Девять типов междисциплинарности для визуальных исследований. Ответ на статью Мике Баль «Визуальный эссенциализм и объект визуальной культуры». Логос. 2012. № 1. С. 250-259.
39. Waxandall M. PaintingandExperiencein XV CenturyItaly. Oxforduniversitypress, 1972. P. 192.
40. Boehm G. WiederkehrderBilder // WasisteinBild. Munchen: W. FinkVerlag, 1994. P. 460.
41. Dissanayake E. HomoAestheticus. Washington: University of Washington Press, 1995. P. 320.
42. Latour B. ICONOCLASH. The MIT Press, 2002. P. 703.
43. Mitchell W. J. T. Showingseeing: a critiqueofvisualculture // Journalofvisualculture. 2002. Vol. 1.№ 2. P. 165-181.

44. Mitchell W. J. T. The Pictorial Turn // Picture Theory. Essay on Verbal and Visual Representation. Chicago & London: The University of Chicago Press, 1994. P. 445.
45. Mitchell W. J. T. The Pictorial Turn // Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation.
46. Solomatova V. VISUAL CULTURE IN SOCIAL NETWORKS. URL :
Культура і мистецтво у сучасному світі. 2019. Вип. 20. С. 200-208.

Інформаційні ресурси

47. Навчальний центр візуалізації інформації "Communicator" (2020). URL :
<https://gb.kyivcity.gov.ua/projects/archive/11/show/1439>.
48. Історичність візуальності й історіографія зображень: нові форми цифрової і візуальної історії/гуманітаристики (2019). URL :
<https://www.op.ua/afisha/lvov/seminar/storichnist-vizual-nosti-y-istoriografiya-zobrazhen-novi-formi-cifrovoyi-i-vizual-noyi-istoriyi-gumanitaristiki>
49. Центр візуальної культури (2019). URL : <http://vcrc.org.ua/>
50. ВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО #ЗАПІДТРИМКИУКФ У 2018 РОЦІ (2019)
// [HTTPS://UACULTURE.ORG/TEXTS/VIZUALNE-MYSTECZTVO-ZAPIDTRYMKYUKF-U-2018-ROCZI/](https://uaculture.org/texts/vizualne-mystecztvo-zapidtrymkyyukf-u-2018-roczi/)