

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

**Факультет аудіовізуального мистецтва
Кафедра телерепортерської майстерності**



**Силабус
навчальної дисципліни**

«ВИРОБНИЦТВО АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ»

Галузь знань — 02 Культура і мистецтво

Спеціальність — 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»

Освітня програма — Телерепортерство

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський), курс 3, семестр 5

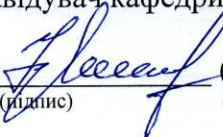
Харків - 2021

Силабус склала
доцент кафедри телерепортерської майстерності, кандидат наук із соціальних комунікацій,
заступник декана факультету аудіовізуального мистецтва
Косачова Ольга Олександрівна

Обговорено та затверджено: на засіданні кафедри телерепортерської майстерності

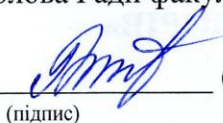
Протокол від “30” серпня 2021 року № 3.

Завідувач кафедри телерепортерської майстерності,


(підпис) (Логінова Т. О.)
(прізвище та ініціали)

Схвалено Радою факультету аудіовізуального мистецтва
Протокол від “31” серпня 2021 року № 2.

Голова Ради факультету АВМ


(підпис) (Рябуха Н. О.)
(прізвище та ініціали)

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО КУРС

Назва дисципліни	Виробництво аудіовізуальних творів
Викладач	Косачова Ольга Олександрівна
Контактний телефон та e-mail викладача	734-99-24, ktm_khdak@ukr.net
Інформація про консультації	Консультації не передбачені, форма підсумкового контролю – залік
Логіка вивчення курсу	<p><i>Пререквізити:</i> Навчальна дисципліна «Виробництво аудіовізуальних творів» займає одне з провідних місць у навчальному плані факультету аудіовізуального мистецтва та викладається поряд із основною фаховою для телерепортерів дисципліною «Майстерність ведучого та кореспондента в аудіовізуальному мистецтві». Дисципліна функціонує у нерозривному зв'язку як із багатьма суспільними науками та дисциплінами: історія кіно і телебачення, сценарна майстерність, режисура кіно і телебачення, тележурналістика тощо.</p> <p><i>Постреквізити:</i> Своєю чергою, здобутий студентами у ході вивчення навчальної дисципліни «Виробництво аудіовізуальних творів» обсяг соціокультурного досвіду у вигляді системи знань, умінь, норм і цінностей стане теоретичним підґрунтям подальшого вивчення на II (магістерському) освітньому рівні таких навчальних дисциплін як «Практикум з виробництва екранних творів», «Аудіовізуальне мистецтво в сучасній культурі», «Спецкурс з історії аудіовізуальних арт-практик», а також при проходженні практики та підготовці освітньо-кваліфікаційних робіт (документальних фільмів, ігрових фільмів, нарисів, есе).</p>

2. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

Навчальна дисципліна «Виробництво аудіовізуальних творів» покликана розкрити для студентів базове розмаїття аудіовізуальних творів, створення яких лежатиме в сфері їх базових професійних компетенцій. Об'єктом вивчення дисципліни «Виробництво екранних творів» у 5 семестрі 3 курсу навчання є комерційна та соціальна реклама. Згідно з навчальним планом робота студента в межах цієї дисципліни передбачає творчу співпрацю майбутніх телерепортерів зі студентами двох інших освітніх програм «Режисура телебачення» та «Оператор телебачення». Відповідно до цього, основний акцент у навчанні студентів освітньої програми «Телерепортерство» робиться на майстерності підготовки сценарію – як бази для аудіовізуального втілення майбутнього твору. У процесі вивчення дисципліни студенти мають усвідомити теоретичні засади розвитку аудіовізуального мистецтва, зокрема його драматургічну методологію у підготовці різножанрових аудіовізуальних робіт. Навчальна дисципліна «Виробництво аудіовізуальних творів» покликана сприяти формуванню у студентів здібностей самостійного та оперативного створення сценаріїв різних жанрів аудіовізуальних творів, а також практичної реалізації проекту у співпраці з операторами та режисерами.

3. МЕТА КУРСУ

Формування у студентів теоретичних та практичних знань зі створення сценаріїв різножанрових аудіовізуальних творів за умов командної роботи у творчому зйомочному

колективі. Її досягнення передбачає ознайомлення студентів із фаховою термінологією, притаманною для аудіовізуального мистецтва та виробництва; сутністю та суспільним значенням базових жанрів аудіовізуальних творів; потребами цільової аудиторії, що мають бути збалансовані та реалізовані відповідно до вимог замовника та запланованого бюджету.

Завдання вивчення дисципліни. 1) ознайомити студентів з теоретичними засадами формування відповідних жанрів аудіовізуальних творів, їх суспільним значенням та потенційною глядацькою аудиторією; 2) розкрити принципи підготовки сценарію відповідних жанрів аудіовізуальних творів відповідно до завдань, що ставить замовник, починаючи від торгового бренду та некомерційної громадської організації і закінчуючи арт-директором галереї чи музею.

4. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Результати вивчення даної освітньої компоненти деталізують такі програмні результати навчання:

- усвідомлювати значення мистецтва в загальнокультурній еволюції людства, класифікувати види, стилі, художні школи та течії, аналізує основи їх художньої мови;
- вільно використовувати фахову термінологію, притаманну для аудіовізуального мистецтва та виробництва;
- вміння аналізувати сценарії, усвідомлювати та характеризувати специфіку сценарної побудови аудіовізуальних творів, володіти навичками конструювання сценарію, технологіями створення сценарно-драматургічних основ різних типів аудіовізуальних творів;
- типологічно розрізняти роди, види, жанри, стилі аудіовізуальної продукції, визначати особливості формування художнього образу в кожному з типів архітектонік відповідних рівнів, визначати специфічні принципи використання виражальних засобів, формоутворення екранної образності та особливості їх прояву в композиційній побудові аудіовізуального твору; здійснювати пошук нових форм втілення;
- усвідомлювати колективну природу творення, необхідність взаємодії зі співтворцями та творчо-виробничими виконавцями на шляху від задуму до практичної його реалізації. демонструвати здатність осмислення, аналізу та критичного ставлення до власних та колективних ідей;
- тлумачити екранний твір не тільки як художньо-інформаційний продукт, а й як комерційний проект. визначати конкурентну здатність творчого проекту та потенційну аудиторію, здійснювати планування творчого процесу, враховуючи технологічні та технічні особливості;
- демонструвати чіткі і реалістичні уявлення проблем і труднощів в роботі над аудіовізуальним твором, вивчати та визначати цільову аудиторію, здійснювати аналіз задуму та на його основі розробляє рішення, враховуючи технічні, технологічні та фінансові параметри проекту.

5. КОМПЕТЕНТНОСТІ

Загальні компетентності:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- здатність розробляти та управляти проектами.
- здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- здатність працювати в команді, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Професійні компетентності:

- знання історії, теорії мистецтва, специфіки його видів (образотворчого, кіно- та телемистецтва, відео- та медіа-арту) як творчого відображення дійсності та специфічної форми суспільної свідомості, людської діяльності;
- уміння використовувати фахову термінологію відповідно до мовних та етичних норм і потреб, вимог стилю з урахуванням поставленої мети та специфіки аудіовізуального твору;
- усвідомлення законів драматургії, різних типів драматургічних конструкцій, логіки та специфіки їх функціонування; місця драми у формуванні художнього образу;
- здатність до створення художнього образу засобами аудіовізуального мистецтва,

використовуючи асоціативно-образне мислення та чуттєве сприйняття оточуючої дійсності;

- спроможність організовувати знімально-постановочну роботу над екранним твором у творчій команді «сценарист – режисер – оператор»;
- знання методів і прийомів сучасного менеджменту в галузі аудіовізуальному мистецтва, базові навички фінансового та адміністративного забезпечення кіно-, телевізійного мистецтва.
- розуміння ролі цільової аудиторії в процесі виробництва і споживання аудіовізуальних творів.

6. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Ознаки курсу	Вибіркова компонента
Формат курсу	Денна форма навчання, 5 семестр
Обсяг курсу	За навчальним планом:
	кількість кредитів - 6
	загальна кількість годин – 184
	аудиторних – 56
	самостійної роботи - 128
	тижневих годин для денної форми навчання - 2
Технічне і програмне забезпечення/обладнання	В режимі очного навчання – ноутбук, плазма, HDMA кабель. В режимі дистанційного навчання – ноутбук.
Форми, види навчальних занять та методи навчання	Форми: опитування, тестування. Види: лекції, практичні, індивідуальні заняття. Методи: дискусії, ігри, мультимедійні презентації, відеоперегляди, сценарні читання.
Поточний контроль	опитування, тестування
Підсумковий контроль	залік
Політика курсу	<p>Політика виставлення оцінок (пропущені заняття, відпрацювання пропусків): кожна оцінка виставляється відповідно до розроблених викладачем та заздалегідь оголошених студентам критеріїв, а також мотивується в індивідуальному порядку на вимогу студента; у випадку не відпрацювання студентом усіх передбачених навчальним планом видів занять до екзамену він не допускається; пропущені заняття обов'язково мають бути відпрацьовані. Форму і час відпрацювання студент та викладач взаємопогоджують.</p> <p>Політика академічної поведінки та доброчесності (плагіат, поведінка в аудиторії): конфліктні ситуації мають відкрито обговорюватись в академічних групах з викладачем, необхідно бути взаємно толерантним, поважати думку іншого. Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. Недопустимі підказки і списування у ході семінарських занять, контрольних роботах, на іспиті.</p> <p>Норми академічної етики: дисциплінованість; дотримання субординації; чесність; відповідальність; робота в аудиторії з відключеними мобільними телефонами.</p>

7. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви розділів і тем	Кількість годин						
	Денна форма						
	усього	у тому числі					
		л	п	с	інд	с.р.	залік
1	2	3	4	5	6	7	8
Розділ 1.							

Тема 1.	22	2	2		2	16	
Тема 2.	33	4	8		1	20	
Тема 3.	37	4	6		1	24	2
Разом за розділом 1	92	10	16		4	60	2
Розділ 2.							
Тема 4.	22	2	2		2	16	
Тема 5.	33	4	8		1	20	
Тема 6.	37	4	6		1	24	2
Разом за розділом 2	92	10	16		4	60	2
Усього годин	184	20	32		8	120	4

8. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Шкала орієнтовного нарахування балів за основні форми навчальної діяльності:

- 1) відвідування лекцій та виконання завдань до лекційного матеріалу;
- 2) робота на практичних заняттях;
- 3) поточні опитування,
- 4) сценарні читання,
- 5) виступи на наукових заходах,
- 6) командні проекти (відеороботи).

Можлива кількість балів, набраних до підсумкової форми контролю: 40 балів.

Підсумковий контроль – 60 балів.

Всього: 100 балів.

Схема нарахування балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Тема 1.	Тема 2.	Тема 3.	Підсумковий контроль (залік)
10%	15%	15%	60%
4 тиждень	8 тиждень	13 тиждень	Заліково-екзаменаційна сесія

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D		
60-63	E	задовільно	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Хід виконання роботи (питання, які будуть розглянуті на занятті)	Рекомендована література для підготовки	Кількість балів, які може отримати здобувач
	<i>Розділ 1. Реклама в аудіовізуальному мистецтві</i>			
	<i>Тема 1. Аудіовізуальна реклама</i>			
1.	Захист сценарних заявок на семестрові контрольні відеороботи (комерційну та соціальну рекламу)	1. Оголошення завдання 2. Питання 3. Виконання 4. Перевірка та обговорення	1,3	5
	<i>Тема 2. Комерційна реклама</i>			
2.	Варіанти телевізійної реклами	1. Оголошення завдання 2. Питання 3. Виконання 4. Перевірка та обговорення	11, 12	5
3.	Мотиви, стиль життя та купівельна спроможність цільової аудиторії	1. Оголошення завдання 2. Питання 3. Виконання 4. Перевірка та обговорення	3, 4, 5	5
4.	Загальне та специфічне промо	1. Оголошення завдання 2. Питання 3. Виконання 4. Перевірка та обговорення	6,8	5
5.	Сценарні читання семестрової контрольної відеороботи (комерційної реклами)	1. Оголошення завдання 2. Питання 3. Виконання 4. Перевірка та обговорення	10,11	5
	<i>Тема 3. Соціальна реклама</i>			
6.	Типи рекламних повідомлень в інтересах громадських організацій, потреби глядачів соціальної реклами	1. Оголошення завдання 2. Питання 3. Виконання 4. Перевірка та обговорення	7,8	5
7.	Сценарні читання семестрової контрольної відеороботи (соціальної реклами)	1. Оголошення завдання 2. Питання 3. Виконання 4. Перевірка та обговорення	1, 5	5
8.	Попередній перегляд семестрових контрольних відеоробіт (комерційної та соціальної реклами)	1. Оголошення завдання 2. Питання 3. Виконання 4. Перевірка та обговорення	4, 5, 12	5

10. ПИТАННЯ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Розділ 1. Реклама в аудіовізуальному мистецтві

Тема 1. Аудіовізуальна реклама

1. Сценарні заявки на семестрові контрольні відеороботи (комерційну та соціальну рекламу)

Тема 2. Комерційна реклама

2. Формула AIDA

3. Вивчення практичних рекомендацій класиків копірайтингу – рекламистів Джон Кейплза та Джозефа Шугермана

4. Типи промо

5. Вивчення практичних рекомендацій фахівця з промоушену та медіабрендингу Лі Ханта

6. Семестрова контрольна відеоробота (комерційна реклама) на етапі пре-продакшену

Тема 3. Соціальна реклама

7. Підготовка сценаріїв рекламних повідомлень в інтересах громадських організацій

8. Семестрова контрольна відеоробота (соціальна реклама) на етапі пре-продакшену

9. Підготовка сценаріїв антикризового відео

10. Підготовка сценаріїв іміджевого відео держави

11. Семестрові контрольні відеороботи (комерційна та соціальна реклама) на етапі продакшену та пост-продакшену

11. ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОЇ ФОРМИ КОНТРОЛЮ

1. Сценарна заявка до твору

2. Демонстрація власного аудіовізуального твору

3. Публічний захист та аналіз співвідношення задуму та його реалізації (втілення)

12. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО КУРСУ

Обов'язкова

1. Алфьорова З.І. Межі видимого. Становлення візуального мистецтва : монографія / З. І. Алфьорова. — Харків : ХДАК, 2008. — 268 с.

2. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту [Текст] : навч. посіб. / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. — 2-ге вид., стер. — Київ : Центр учб. літ., 2018. — 200 с.

3. Джефкінс, Френк Реклама [Текст] : практ. посібник : пер. з 4-го англ. вид. / Френк Джефкінс ; доп і ред. Деніела Ядіна. — 2-ге укр. вид., випр. і допов. — Київ : Знання, 2008. — 565 с.

4. Мозговий, М.П. Становлення і тенденції розвитку української естрадної пісні [Текст] : автореф. дис... канд. мистецтвознавства : [спец.] 17.00.01 "Теорія та історія культури" / Мозговий Микола Петрович ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. — Київ, 2007. — 19 с.

5. Обрителько, Б.А. Реклама і рекламна діяльність [Текст] : курс лекцій / Б. А. Обрителько ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. — Київ : МАУП, 2002. — 240 с.

6. Шевченко, О.Г. Українська популярна музика: витоки та проблематика (1920-1990 pp.) [Текст] : автореф. дис... канд. мистецтвознавства : [спец.] 26.00.01 "Теорія та історія культури" / Шевченко Олена Григорівна ; Київ. нац. ун-т культури та мистецтв. — Київ, 2010. — 19 с

7. Щерба, О.І. Реклама: соціологічні виміри впливу на поведінку споживача [Текст] : монографія / О. І. Щерба. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. — 248 с.

Додаткова

8. Austerlitz S. Money for Nothing: a History of the Music Video from the Beatles to the White Stripes / S. Austerlitz. — N. Y. : L. : Continuum International Publishing Group, 2007. — 250 p.

9. Vernallis C. Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural / C. Vernallis. — N. Y. : Columbia University Press, 2004. — 480 p.

10. Рибальська, О. Кліп як нова форма існування українського кінематографа [Текст] / Олена Рибальська // Кіно-Театр. – 2003. – № 1. – С. 9-10.

11. Шевченко, О. Г. Адаптація жанрів світового шоу-бізнесу на українському ґрунті [Текст] / Шевченко Олена Григорівна // Мистецька освіта і культура України ХХІ століття: євроінтеграційний вектор : матеріали Міжнар. наук.-творч. конф., 12-13 трав. 2016 р. / М-во культури України, Нац. акад. кер. кадрів культури і мистецтв, Одес. нац. муз. акад. ім. А. В. Нежданової, Варшав. муз. ун-т Фридерика Шопена, Тайшан. ун-т, Ін-т культурології НАМУ ; [редкол.: Чернець В. Г. та ін.]. – Одеса ; Київ ; Варшава, 2016. – С. 221-223.

12. Штепа, Д. Ю. Музичний кліп як нова форма українського кінематографа: драматургія та перспективи [Текст] / Д. Ю. Штепа // Культура та інформаційне суспільство ХХІ століття : матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 23-24 квіт. 2009 р. : до 80-річчя Харківської державної академії культури / М-во культури і туризму України, Харк. держ. акад. культури, Акад. мистец. України, Ін-т культурології ; [ред. кол.: В.М.Шейко та ін.]. – Харків, 2009. – С. 210.

Інформаційні ресурси Інтернет

13. Законодавство України — <https://rada.gov.ua/news/zak>

14. Наукова періодика України — http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21CNR=20&Z21ID=

15. “The best commercial ads of all time, ever”: еволюція та аналіз кращої комерційної реклами на телебаченні (<https://biteable.com/blog/tips/best-commercials/>).

16. Музичні кліпи на каналах М1 (<https://m1.tv/clips/voda-ne-taki-yak-vsi>) та MTV (<http://www.mtv.com/>).

17. Сайт консалтингової компанії з медіабрендингу “LeeHunt LLC” (<http://leehunt.com/>).

18. Топ-10 українських кліпмейкерів (https://www.cutinsight.com/top-10_ukrainskih_klipmeykerov-3/).

19. Сайт українського режисера, продюсера та кліпмейкера Алана Бадоева (<http://badoev.com/video/music/>).