

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГИИ

МУНЦ «Высшая школа европейских культур»

СТРАТЕГИИ И ПРАКТИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МОДЫ И НОВЫХ МЕДИА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 51.04.01 Культурология

Направленность Русская культура

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Категории современных социокультурных исследований
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Ксения К. Ельцова, кандидат культурологии,
доцент МУНЦ «Высшая школа европейских культур»

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания МУНЦ «Высшая школа европейских культур»
№3 от 04.04.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
2.	Структура дисциплины	6
3.	Содержание дисциплины	6
4.	Образовательные технологии	7
5.	Оценка планируемых результатов обучения	9
5.1	Система оценивания	9
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
6.1	Список источников и литературы	11
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ...	12
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	12
9.	Методические материалы	13
9.1	Планы практических занятий	13
9.2	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	18
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – познакомить студентов со стратегиями и практиками взаимодействия моды и новых медиа (интернет, социальные сети, мобильные приложения) как институтов и феноменов, опосредующих широкий спектр социальных процессов в современных обществах.

Задачи дисциплины:

- познакомить слушателей с историей развития индустрии моды во взаимодействии с развитием медиа-индустрии в период с середины XVIII в. по настоящее время;
- сформировать у слушателей системный взгляд на логики взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в «доцифровой» период, равно как на изменение этих логик с появлением и развитием новых медиа;
- познакомить слушателей с исследовательскими подходами и аналитическими методами, продуктивными при работе с проблематикой взаимодействия моды и новых медиа в современных постиндустриальных обществах;

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенции (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПУ-1 Способность самостоятельно ставить конкретные цели и задачи научных исследований и решать их с помощью свободно выбираемых теорий и методов, информационных технологий с использованием мирового опыта	ПУ-1.2 Разрабатывает, организовывает и проводит различные по сложности и содержанию, количественные и качественные научные и экспертные исследования с использованием разных методов и источников информации.	Знать: - подходы, методологии, теории, концепции, методы изучения культуры. Уметь: - адекватно применять аналитический инструментарий для изучения культурных объектов различной природы. Владеть: - развитыми навыками работы с исследовательской литературой.
ПУ-2 Способность изучать различные виды культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях, критически анализировать информационные ресурсы по тематике исследования и самостоятельно представлять результаты исследований, свободное овладение методами обработки, анализа и синтеза научной информации	ПУ-2.2 Пользуется современными компьютерными технологиями поиска и анализа информации, работает с внутрироссийскими и зарубежными электронными базами данных.	Знать: - ключевые теоретико-методологические подходы для работы с проблематикой взаимодействия моды и новых медиа. Уметь: - выбирать из спектра возможного наиболее продуктивные для реализации исследования теории и методы;

		<ul style="list-style-type: none"> - распределять последовательность и виды работ, определять временные и другие рамки проектной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самостоятельного поиска дополнительной информации, необходимой для реализации исследования.
<p>ПУ-9 Готовность к проектно-аналитической работе в сферах социокультурной деятельности, умение пользоваться нормативными документами, определяющими параметры проведения работ в сферах социокультурной деятельности</p>	<p>ПУ-9.1. Разрабатывает и реализовывает стратегии и программы в сфере социокультурной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектно-аналитической работы в сфере планирования и управления социокультурными проектами; - проблемное поле, цели, задачи, рамки проектной социокультурной деятельности, ее возможные этапы и т.п. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться нормативными документами, определяющими параметры проведения работ в сфере планирования и управления социокультурными проектами; - координировать результативность и эффективность рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточных этапах. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки, осуществления и оценки эффективности текущей и итоговой деятельности в сфере планирования и управления социокультурными проектами.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Стратегии и практики взаимодействия моды и новых медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины «Стратегии и практики взаимодействия моды и новых медиа» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин «Категории современных социокультурных исследований», «Методология исследовательской деятельности и академическая культура», «Технологии применения профессиональных компетенций», «Современные подходы к изучению медиакультуры».

В результате освоения дисциплины «Стратегии и практики взаимодействия моды и новых медиа» формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Менеджмент в сфере культуры», «История культурного взаимодействия России и стран Европы», «Критическое чтение ключевых текстов по исследованиям повседневности».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	20
4	Практические занятия	40
Всего:		60

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 30 академических часов.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4,5	Лекции	8
5	Практические занятия	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 75 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	1.1. Вводная лекция: правила взаимодействия в рамках курса 1.2. Медиа и мода в современных обществах: базовые условия формирования и развития	Расписание занятий, правила подготовки, отработка пропущенных занятий Понятия «модерн» и «общество модерна» – ключевые категории, в контексте которых в рамках курса обсуждается проблематика взаимодействия институтов моды и медиа в современных обществах. Теоретико-методологические основания и подходы к изучению моды в рамках социологического подхода. Условия возможности и время появления моды как механизма социокультурной регуляции.
2	История взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии с середины XVIII века по настоящее время	История формирования и развития индустрии моды в XVIII – XXI вв. Типы и виды медиа: традиционные (бумажные и электронные) и новые (беспроводные технологии связи, социальные сети, мобильные приложения). Специфика новых медиа (технологий web 2.0) по сравнению с традиционными.
3	Новые медиа: концептуализация и подходы к исследованию. Проблема исследования аудиторий	Особенности и типы аудиторий новых медиа. Возможности конструирования и исследования аудиторий новых медиа. Ограничения и возможности количественных и качественных подходов в исследовании новых медиа и их аудиторий.
4	Дискурс моды и дискурс о моде. Репрезентация моды в новых медиа	Концепт «дискурс» как ключевая аналитическая категория современного социогуманитарного знания. Дискурс-анализ как набор теоретико-методологических установок и методов работы с медийными источниками. Репрезентация моды в новых медиа: виды площадок и типы дискурсов.
5	Типы коммуникационных стратегий модных брендов и представителей индустрии моды в новых медиа	Сравнительный анализ коммуникационных кампаний в новых медиа различных игроков (российских и зарубежных) модной индустрии: модных домов, различных изданий о моде и стиле жизни, отдельных представителей модной индустрии. Работа с конкретными кейсами.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	1.1. Вводная лекция: правила взаимодействия в рамках курса	Лекция Лекция	Вводная лекция с использованием проектора и доступа в интернет Тематическая лекция с использованием проектора и доступа в интернет

	1.2. Медиа и мода в современных обществах: базовые условия формирования и развития	Семинары Самостоятельная работа	Общая дискуссия по теме, выступления магистрантов Подготовка к занятию с использованием рекомендованной литературы и источников
2	История взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии с середины XVIII века по настоящее время	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Тематические лекции с использованием проектора и доступа в интернет Общая дискуссия по теме, выступления магистрантов с тематическими докладами-презентациями Подготовка к занятию с использованием рекомендованной литературы и источников
3	Новые медиа: концептуализация и подходы к исследованию	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Тематические лекции с использованием проектора и доступа в интернет Общая дискуссия по теме, выступления магистрантов с тематическими докладами-презентациями Подготовка к занятию с использованием рекомендованной литературы и источников
4	Дискурс моды и дискурс о моде. Репрезентация моды в новых медиа	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Тематические лекции с использованием проектора и доступа в интернет Общая дискуссия по теме, выступления магистрантов с тематическими докладами-презентациями Подготовка к занятию с использованием рекомендованной литературы и источников
5	Типы коммуникационных стратегий модных брендов и представителей индустрии моды в новых медиа	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Тематические лекции с использованием проектора и доступа в интернет Общая дискуссия по теме, выступления магистрантов с тематическими докладами-презентациями Подготовка к занятию с использованием рекомендованной литературы и источников

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: <ul style="list-style-type: none"> • участие в дискуссии на семинаре • выступление с докладом на семинаре 	5 баллов 20 баллов	30 баллов 30 баллов
Промежуточная аттестация, экзамен (коллоквиум)		40 баллов
Итого за дисциплину		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55		E	
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A, B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для текущего контроля см. п.9.1.

(ПУ-1.2; ПУ-2.2; ПУ-9.1)

Список ориентировочных тем для коллоквиума – промежуточной аттестации(зачет)

(проверяемые компетенции ПУ-1.2; ПУ-2.2; ПУ-9.1)

ПУ-1.2

1. История взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в XIX в.
2. История взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в первой трети XX в.
3. История взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в XX в. после второй мировой войны (в период социальных революций 1960-х гг.)

4. История взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в последней трети XX в.
5. История взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в 2000-е и 2010-е гг. ПУ-2.2
6. Институт модных блогов в России: история формирования жанра и эволюция практик
7. Институт модных блогов в Европе: история формирования жанра и эволюция практик
8. Институт модных блогов в США: история формирования жанра и эволюция практик ПУ-9.1
9. Российские интернет-медиа о моде и стиле жизни: способы представления контента
10. Зарубежные интернет-медиа о моде и стиле жизни: способы представления контента

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Список основной литературы

1. Антоновский А. Массмедиа – трансцендентальная иллюзия реальности? // Луман Н. Реальность массмедиа. – М.: Москва: Праксис., 2005. - С. 221 – 248. + 2012
2. Арнольд Р. Мода, желание и тревога. Образ и мораль в XX веке / Москва. Новое литературное обозрение. 2016. 176 с. 1 экз.
3. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Изд-во Сабашниковых. Москва. 2003. 512 с.+ 2004 по 2 экз.
4. Винсент С. Дж. Анатомия моды. Манера одеваться от эпохи возрождения до наших дней / Москва. Новое литературное обозрение. 2015. 288 с.
5. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 3-е изд. / Санкт-Петербург. Питер. 2004. 208 с.+ 2010
6. Ельцова К. Конструирование элитарности в современных российских новых медиа / Кандидатская диссертация. Москва. РГГУ. 2016. 260 с. 2 экз.
7. Зверева В.В. Сетевые разговоры. Культурные коммуникации в Рунете / SLAVICA BERGENSIA 10. Department of Foreign Languages of Bergen. Bergen. 2012. 279 с. 1 экз
8. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды / Минск: Гревцов Паблицер. 2009. 177 с.

Список дополнительной литературы

1. Barnard M. Fashion as Communication. 2nd Edition / Routledge. London and New York. 209 p.
2. Erner G. Sociologie des tendencies / Deuxième édition. Presses Universitaires de France. 2009. 127 p.
3. McCracken G. Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities / Indiana University Press. Bloomington and Indianapolis. 1990. 174 p.
4. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн – бизнесе / Санкт-Петербург. Издательский дом СПбГУ. 2006.
5. Андреева А.Н., Богомолова Л.Н. Маркетинг роскоши: современные стратегии: монография / Санкт-Петербург. Издательство СПбГУ. 2007.
6. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Санкт-Петербург. Питер. 2007. С. 345 – 351. 2002, 2010 по 3 экз.
7. Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения / Пер. с фр. О.И. Кирчик // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и. науч. ред. В.В. Радаев; Пер. М.С. Добряковой и др. Москва. Российская политическая энциклопедия (РОССПЕН). 2004. 680 с. 4 экз.
8. Ветошкина Ю.В. Интеллигентская рецепция гламура // Intelligentsia and the World (Интеллигенция и мир). 2011. № 1. С. 109 – 117.

<http://ivanovo.ac.ru/upload/medialibrary/97a/im-2011-1.pdf>

9. Гудова М.Ю. Ракипова И.Д. Женские глянцевого журналы: хронотоп воображаемой повседневности / Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та. 2010. 242 с.
 10. Дейк ван Т.А. Макростратегии //Язык. Познание. Коммуникация / (пер. с англ. под. ред. В.И. Герасимова). Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ. 2000. С. 41 – 67
- Дейк, Тен А. ван. Макростратегии / Т. А. ван Дейк
// Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. - Благовещенск : БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. - С. 41-67.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Информационный комплекс РГГУ «Научная библиотека» [Электронный ресурс] : электронная библиотека . – Электрон. дан. – [2011-2019]. – Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/>
2. Электронно-библиотечная система znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. – Электрон. дан. – [2012-2019]. – Режим доступа: <https://znanium.com/>
3. www.wonderzine.ru
4. www.furfur.ru
5. www.buro24.com
6. www.fashionista.com
7. www.style.com
8. www.vogue.ru
9. www.esquire.ru
10. www.gq.ru
11. www.wwd.ru
12. www.lamoda.ru
13. www.wildberries.ru
14. www.hm.com/ru
15. www.zara.com

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для работы необходима аудитория, оборудованная компьютером с доступом к интернету, проектором и проекционным экраном, доской, маркеры. Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы практических занятий

Тема 1

1.1. Вводная лекция: правила взаимодействия в рамках курса

1.2. Медиа и мода в современных обществах: базовые условия формирования и развития

Вопросы для обсуждения

1. Расписание занятий, правила подготовки и форматы работы на семинаре, форматы подготовки и представления, а также критерии оценки комплекта грантовой заявки

2. Понятия «модерн» и «общество модерна» как ключевые категории проблематики взаимодействия институтов моды и медиа в современных обществах

3. Теоретико-методологические основания и подходы к изучению моды в рамках социологического подхода

4. Условия возможности и время появления моды как механизма социокультурной регуляции

Литература для подготовки

Основная

1. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 3-е изд. / Санкт-Петербург. Питер. 2004. 208 с.
2. Липовецкий Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе / Москва. Новое литературное обозрение. 2012. 336 с.

Дополнительная

1. Винсент С. Дж. Анатомия моды. Манера одеваться от эпохи возрождения до наших дней / Москва. Новое литературное обозрение. 2015. 288 с.
2. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды / Минск: Гревцов Паблицер. 2009. 177 с.
3. Радаев В.В. Экономическая Социология. Второе издание / Москва. ИД ГУ-ВШЭ. 2008. 602 с.
4. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Санкт-Петербург. Питер. 2007. С. 345 – 351.
5. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения / Пер. с фр. О.И. Кирчик // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и. науч. ред. В.В. Радаев; Пер. М.С. Добряковой и др. Москва. Российская политическая энциклопедия (РОССПЕН). 2004. 680 с.
6. Rocamora A. Fashioning the City. Paris, Fashion and the Media / I.B. Tauris. London – New York. 2009. 237 p.
7. McCracken G. Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities / Indiana University Press. Bloomington and Indianapolis. 1990. 174 p.

Источники

Основные

1. www.afisha.ru
2. www.the-village.ru
3. www.wonderzine.ru
4. www.buro24.com
5. www.fashionista.com
6. www.style.com
7. www.vogue.ru

Дополнительные

1. www.esquire.ru
2. www.gq.ru
3. www.wwd.ru
4. www.lamoda.ru
5. www.wildberries.ru
6. www.hm.com/ru
7. www.zara.com

Тема 2

История взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии с середины XVIII века по настоящее время

Вопросы для обсуждения

1. История формирования и развития индустрии моды в XVIII – XXI вв.: сравнительный аналитический обзор
2. Типы и виды медиа: традиционные (бумажные и электронные) и новые (беспроводные технологии связи, социальные сети, мобильные приложения)
3. Специфика новых медиа (технологий web 2.0) по сравнению с традиционными.

Литература

Основная

1. Fashion Media: Past and Present / Bartlett D., Shaun C., Rocamora A. Bloomsbury Academic. London. 2014. 200 p.
2. Арнольд Р. Мода, желание и тревога. Образ и мораль в XX веке / Москва. Новое литературное обозрение. 2016. 176 с.
3. Винсент С. Дж. Анатомия моды. Манера одеваться от эпохи возрождения до наших дней / Москва. Новое литературное обозрение. 2015. 288 с.
4. Rocamora A. Fashioning the City. Paris, Fashion and the Media / I.B. Tauris. London – New York. 2009. 237 p.

Дополнительная

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Изд-во Сабашниковых. Москва. 2003. 512 с.
2. Мода и искусство / Ред. Гечи А., Караминас В. Москва. Новое литературное обозрение. 2015. 272 с.
3. Barnard M. Fashion as Communication. 2nd Edition / Routledge. London and New York. 209 p.
4. McCracken G. Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities / Indiana University Press. Bloomington and Indianapolis. 1990. 174 p.
5. Erner G. Sociologie des tendances / Deuxième édition. Presses Universitaires de France. 2009. 127 p.

Источники

Основные

1. www.afisha.ru
2. www.the-village.ru
3. www.wonderzine.ru
4. www.buro24.com
5. www.fashionista.com
6. www.style.com
7. www.vogue.ru

Дополнительные

1. www.esquire.ru
2. www.gq.ru
3. www.wwd.ru
4. www.lamoda.ru
5. www.wildberries.ru
6. www.hm.com/ru
7. www.zara.com

Тема 3

Новые медиа: концептуализация и подходы к исследованию. Проблема исследования аудиторий

Вопросы для обсуждения

1. Особенности и типы аудиторий новых медиа
2. Возможности конструирования и исследования аудиторий новых медиа
3. Ограничения и возможности количественных и качественных подходов в исследовании новых медиа и их аудиторий.

Литература

Основная

1. Hartley J. Digital Futures for Cultural and Media Studies. 2012. 249 p.
2. Зверева В.В. Сетевые разговоры. Культурные коммуникации в Рунете / SLAVICA BERGENSIA 10. Department of Foreign Languages of Bergen. Bergen. 2012. 279 с.
3. Соколова Н.Л. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта: монография. Самара. 2009. 204 с.

Дополнительная

1. Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа / М. Издательский дом НИУ ВШЭ, 2017.

Источники

Основные

1. www.afisha.ru
2. www.the-village.ru
3. www.wonderzine.ru
4. www.buro24.com
5. www.fashionista.com
6. www.style.com
7. www.vogue.ru

Дополнительные

1. www.esquire.ru
2. www.gq.ru
3. www.wwd.ru
4. www.lamoda.ru
5. www.wildberries.ru
6. www.hm.com/ru
7. www.zara.com

Тема 4

Дискурс моды и дискурс о моде. Репрезентация моды в новых медиа

Вопросы для обсуждения

1. Концепт «дискурс» как ключевая аналитическая категория современного социо-гуманитарного знания
2. Дискурс-анализ как набор теоретико-методологических установок и методов работы с медийными источниками
3. Репрезентация моды в новых медиа: виды площадок и типы дискурсов

Литература

Основная

1. Ельцова К.К. «Семиотика избранности»: дискурс о моде (по материалам приложения «Стиль» к газете «Коммерсантъ»), магистерская диссертация. ВШЕК РГГУ. 2010. 129 с.
2. Осиновская И. Поэтика моды / М. Новое литературное обозрение. 2016. 144 с.
3. Филлипс Л., Йоргенсен М.В. Дискурс анализ. Теория и метод / Харьков. Гуманитарный центр. 2008. 352 с.

Дополнительная

1. Дейк ван Т.А. Макростратегии //Язык. Познание. Коммуникация / (пер. с англ. под. ред. В.И. Герасимова). Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ. 2000. С. 41 – 67
2. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Изд-во Сабашниковых. Москва. 2003. 512 с.
3. Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет / М. Касталь. 1996. 448 с.
4. Discourse and Discourse Analysis. Doing Discourse Analysis in the Digital Age / Routledge. London and New York. 2015. 250 p.

Источники**Основные**

1. www.afisha.ru
2. www.the-village.ru
3. www.wonderzine.ru
4. www.buro24.com
5. www.fashionista.com
6. www.style.com
7. www.vogue.ru

Дополнительные

1. www.esquire.ru
2. www.gq.ru
3. www.wwd.ru
4. www.lamoda.ru
5. www.wildberries.ru
6. www.hm.com/ru
7. www.zara.com

Тема 5

Типы коммуникационных стратегий модных брендов и представителей индустрии моды в новых медиа

Вопросы для обсуждения

1. Сравнительный анализ коммуникационных кампаний в новых медиа различных игроков (российских и зарубежных) модной индустрии: модных домов, различных изданий о моде и стиле жизни, отдельных представителей модной индустрии
2. Работа с конкретными кейсами

Литература**Основная**

1. Discourse and Discourse Analysis. Doing Discourse Analysis in the Digital Age / Routledge. London and New York. 2015. 250 p.
2. Осиновская И. Поэтика моды / М. Новое литературное обозрение. 2016. 144 с.
1. 3.Тангейт М. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara Fashion Brands: Branding Style from Armani to Zara. М. 2014.

Дополнительная

1. Хайнс Т., Брюс М. Маркетинг в индустрии моды Комплексное исследование для специалистов отрасли. М. 2011.
2. Ермилова Д.Ю. История домов моды: Учеб. пособие для высш. учебн. Заведений / М. Издательский центр «Академия». 2003.
3. Пазоль П. Луи Вюиттон. Империя роскоши / М. Издательство СЛОВО/SLOVO. 2005.

4. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн – бизнесе / Санкт-Петербург. Издательский дом СПбГУ. 2006.
5. Андреева А.Н., Богомолова Л.Н. Маркетинг роскоши: современные стратегии: монография / Санкт-Петербург. Издательство СПбГУ. 2007.

Источники

Основные

1. www.afisha.ru
2. www.the-village.ru
3. www.wonderzine.ru
4. www.buro24.com
5. www.fashionista.com
6. www.style.com
7. www.vogue.ru

Дополнительные

1. www.esquire.ru
2. www.gq.ru
3. www.wwd.ru
4. www.lamoda.ru
5. www.wildberries.ru
6. www.hm.com/ru
7. www.zara.com

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Для студентов заочной формы обучения подготовка доклада на итоговом коллоквиуме может быть заменена письменной работой объемом 20 000 знаков. См. требования к оформлению письменных работ на сайте библиотеки РГГУ – https://liber.rsuh.ru/ru/student_work

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на факультете культурологии, в международном учебно-научном центре «Высшая школа европейских культур».

Цель дисциплины – познакомить студентов со стратегиями и практиками взаимодействия моды и новых медиа (интернет, социальные сети, мобильные приложения) как институтов и феноменов, опосредующих широкий спектр социальных процессов в современных обществах.

Задачи дисциплины:

- познакомить слушателей с историей развития индустрии моды во взаимодействии с развитием медиа-индустрии в период с середины XVIII в. по настоящее время;
- сформировать у слушателей системный взгляд на логики взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в «доцифровой» период, равно как на изменение этих логик с появлением и развитием новых медиа;
- познакомить слушателей с исследовательскими подходами и аналитическими методами, продуктивными при работе с проблематикой взаимодействия моды и новых медиа в современных постиндустриальных обществах;

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-1, способность самостоятельно ставить конкретные цели и задачи научных исследований и решать их с помощью свободно выбираемых теорий и методов, информационных технологий с использованием мирового опыта
- ПК-2, способность изучать различные виды культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях, критически анализировать информационные ресурсы по тематике исследования и самостоятельно представлять результаты исследований, свободное овладение методами обработки, анализа и синтеза научной информации
- ПК-9, готовность к проектно-аналитической и экспертно-консультационной работе в сферах социокультурной деятельности, умение пользоваться нормативными документами, определяющими параметры проведения работ в сферах социокультурной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- подходы, методологии, теории, концепции, методы изучения культуры;
- ключевые теоретико-методологические подходы для работы с проблематикой взаимодействия моды и новых медиа;
- основы проектно-аналитической и экспертно-консультационной работе в сфере планирования и управления социокультурными проектами;
- проблемное поле, цели, задачи, рамки проектной социокультурной деятельности, ее возможные этапы и т.п.

Уметь:

- адекватно применять аналитический инструментарий для изучения культурных объектов различной природы;
- выбирать из спектра возможного наиболее продуктивные для реализации исследования теории и методы;
- распределять последовательность и виды работ, определять временные и другие рамки проектной деятельности;

- пользоваться нормативными документами, определяющими параметры проведения работ в сфере планирования и управления социокультурными проектами;
- координировать результативность и эффективность рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточных этапах.

Владеть:

- развитыми навыками работы с исследовательской литературой;
- навыками самостоятельного поиска дополнительной информации, необходимой для реализации исследования;
- навыками разработки, осуществления и оценки эффективности текущей и итоговой деятельности в сфере планирования и управления социокультурными проектами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е.