

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Реклама и связи с общественностью в цифровой среде»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Визуальные коммуникации
Рабочая программа дисциплины

Составитель: к.с.н., доц. Голова А.Г.

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы
№ 6 от 30.10.2024

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.....	4
2. Структура дисциплины.....	4
3. Содержание дисциплины.....	4
4. Образовательные технологии.....	4
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	4
5.1. Система оценивания.....	4
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	4
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	4
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	4
6.1. Список источников и литературы.....	4
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	4
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	4
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	4
9. Методические материалы.....	4
9.1. Планы семинарских/ практических занятий.....	4
Приложения.....	Ошибка! Закладка не определена.
Приложение 1. Аннотация дисциплины.....	Ошибка! Закладка не определена.

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – познакомить с основными подходами к анализу визуальных знаков, показать сложность чтения визуальных сообщений и образов, и представить методологические возможности интерпретации визуальных образов как коммуникативных практик.

Задачи дисциплины:

- Показать специфику визуальных коммуникаций и особый язык изображений;
- Анализировать систему понятий, используемых при работе с визуальным материалом;
- Изучение не только общетеоретических работ, но и текстов, посвященные анализу конкретного визуального материала и позволяющие продемонстрировать особенности применения теоретических
- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) – с другой;
- формирование основы понимания визуальной журналистики;
- развитие навыков профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач	Знать: круг профессиональных задач и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм; Уметь: анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.
ОПК-3 – способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знать: основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы аналитической работы с

создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов	англоязычными текстами. Уметь: использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов; Владеть: нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма.
--	---	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Теория коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Интегрированные коммуникации, Теория и практика медиакоммуникаций, Организация и проведение коммуникационных кампаний в связях с общественностью.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 академических часа (ов).

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
5	Лекции	16
5	Семинары	40
Всего:		56

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 88 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-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
5	Лекции	8
5	Семинары	24
Всего:		32

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 112 академических часа(ов).

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
4/5	Семинары	8
Всего:		16

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 128 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Семиология визуальных сообщений У. Эко.

Что такое «семиология» по Эко? Риторика визуальных сообщений. Идеология в семиологическом смысле. Периодическая классификация знаков Ч. Пирса в системе У. Эко. Иконический знак и артикуляция визуальных кодов. Кодификация коммуникативного кода. Уровни визуальной аргументации (коммуникации).

Тема 2. Визуальные маркеры социальной структуры

Изучение визуальных маркеров социальной структуры. Особенности социальной структуры в соответствии с П. Бурдьё. Проблематика визуального знака в понимании П. Бурдьё. Мода как главный аспект коммуникации. Социологическое изучение визуальной культуры («социоанализ»).

Тема 3. Общество потребления в визуальной среде

Смена жестуальной парадигмы в современном обществе по Ж. Бодрийяру. Дискурс рекламы. Индикатив рекламы. Логика рекламы. Одаривание и фрустрация - две стороны социальной интеграции: роль рекламы в этом. Потребление как важнейшая социальная функция.

Тема 4. Мифология визуальных коммуникаций

«Миф» в концепции Р. Барта. Буржуазный миф, «псевдофизис» и типология риторических фигур в контексте анализа рекламных изображений. Анализ визуального изображения с помощью системы знака и мифа.

Тема 5. Визуальные маркеры социальной структуры

Типология «когнитивных стилей» А. Шюца. Социальные типизации и их роль в анализе визуального ряда в повседневности. Коллективные визуальные маркеры социальной структуры.

Тема 6. Смысл визуальной коммуникации

Акт вымыслообразования и акт придания смысла по В. Изеру. Их роль в исследовании смыслового компонента визуальной культуры.

Тема 7. Драматургическая коммуникация

«Драматургический» подход И. Гофмана. Визуальное оформление пространства интеракции: Личные территории, территориальные маркеры, территориальные преступления, территориальное насилие.

Тема 8. Визуальная коммуникация в туризме

Визуальное потребление Дж. Урри - что это такое? Трансформация практики фотографирования в «неэлитную» и вседозволенную по Урри. Формы туристического созерцания.

Тема 9. Визуальная культура в контексте социологической парадигмы (Г. Зиммель, Э. Дюркгейм)

Коммуникативные и социологические последствия визуального беспокойства жителей мегаполисов (по Г. Зиммелю) Смысловые перспективы взаимодействия и контуры группобразования видимого мира (по Г. Зиммелю). Коллективные представления о визуальных образах, их социальная интерпретация (по Э. Дюркгейму).

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- задание	10 баллов	10 баллов
- практическое задание	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен (практическое задание)		40 баллов
Итого за семестр		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 (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. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (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. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «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. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетво- рительно»/ 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</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		учёт результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

Анализ выбранных case study из рекламных видеороликов отечественной рекламы 1990-2000-х гг. По следующим критериям: - анализ компонентов рекламы; Уровни визуальной аргументации; Коммуникативные и социологические последствия; Смысловые перспективы взаимодействия; Коллективные представления о визуальных образах, их социальная интерпретация.

Контрольные вопросы по дисциплине (УК-2, ОПК-3)

- 1 Что такое «семиология» по Эко?
- 2 Риторика визуальных сообщений.
- 3 Идеология в семиологическом смысле.
- 4 Периодическая классификация знаков Ч. Пирса в системе У. Эко.
- 5 Иконический знак и артикуляция визуальных кодов.
- 6 Кодификация коммуникативного кода.
- 7 Уровни визуальной аргументации (коммуникации).
- 8 Особенности социальной структуры в соответствии с П. Бурдьё.
- 9 Проблематика визуального знака в понимании П. Бурдьё
- 10 Мода как главный аспект коммуникации.
- 11 Социологическое изучение визуальной культуры («социоанализ»).
- 12 Коммуникативные и социологические последствия визуального беспокойства жителей мегаполисов (по Г. Зиммелю)
- 13 Смысловые перспективы взаимодействия и контуры группобразования видимого мира (по Г. Зиммелю).
- 14 Коллективные представления о визуальных образах, их социальная интерпретация (по Э. Дюркгейму).
- 15 Типология «когнитивных стилей» А. Шюца.
- 16 Социальные типизации и их роль в анализе визуального ряда в повседневности.
- 17 Коллективные визуальные маркеры социальной структуры.
- 18 Что представляет собой «миф» в соответствии с концепцией Р. Барта?
- 19 Буржуазный миф, «псевдофизис» и типология риторических фигур в контексте анализа рекламных изображений.
- 20 Анализ визуального изображения с помощью системы знака и мифа.
- 21 Акт вымыслообразования и акт придания смысла по В. Изеру.
- 22 Их роль в исследовании смыслового компонента визуальной культуры.
- 23 Что такое «драматургический» подход И. Гофмана?
- 24 Визуальное оформление пространства интеракции: Личные территории, территориальные маркеры, территориальные преступления, территориальное насилие.
- 25
- 26 Смена жестуальной парадигмы в современном обществе по Ж. Бодрийяру.
- 27 Дискурс рекламы. Индикатив рекламы. Логика рекламы.

- 28 Одаривание и фрустрация - две стороны социальной интеграции: какова роль рекламы в этом?
- 29 Потребление как важнейшая социальная функция.
- 30 Визуальное потребление Дж. Урри - что это такое?
- 31 Трансформация практики фотографирования в «неэлитную» и вседозволенную по Урри.
- 32 Формы туристического созерцания.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература:

1. Антоновский, А. Ю. Никлас Луман: эпистемологическое введение в теорию социальных систем / А. Ю. Антоновский ; Рос. акад. наук, Ин-т философии. - Москва : ИФ-РАН, 2007. - 136 с. - ISBN 978-5-9540-0077-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/357030>
2. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 192 с. - ISBN 978-5-7567-0795-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038937>
3. Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы: Учебное пособие для бакалавров / Блюмин А.М., Феоктистов Н.А., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 384 с.: ISBN 978-5-394-02411-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/344375>
4. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / под науч. ред. Т.Н. Колокольцевой, О.В. Лутовиновой. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 328 с. - ISBN 978-5-9765-1310-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034255>
5. Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - Москва : РГУТиС, 2008. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/365046>
6. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа: Монография / Кошлякова М.О. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-006408-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/557157>
7. Круткин В.Л. Гуманитарное знание в визуальной антропологии [Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 4, 2013, стр. -] - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/504626>
8. Куликова, Л. В. Коммуникация. Стиль. Интеркультура: прагматингвистические и культурно-антропологические подходы к межкультурному общению [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. В. Куликова. - Красноярск: СФУ, 2011. - 268 с. - ISBN 978-5-7638-2183-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/443095>
9. Мурзин А.А. Репрезентация визуальных образов сакрального пространства в вузовской практике / Мурзин А.А. [Znanium.com, 2016, вып. №1-12, стр. 0-0] - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/780547>
10. Ореховская, Н. А. PR в сфере социальной коммуникации: учебник / Н. А. Ореховская. - Москва : Альфа-М, 2013. - 198 с. - ISBN 978-5-98281-385-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/448801>

11. Орлова, И. Б. Социология исторического знания : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. Б. Орлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-08902-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426683> .
12. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 330 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433159> .
13. Проблема понятийного аспекта социологии имиджа [Сервис Plus, №4, 2010, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/365123>
14. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / А. П. Садохин. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 288 с. - ISBN 978-5-16-104204-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/542898>)
15. Сорокина, Н. В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации: Монография / Сорокина Н.В. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 265 с. (Научная мысль) ISBN 978-5-369-01325-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/445197>
16. Социально-стилевые характеристики имджа [Социально-гуманитарные знания, №1, 2012, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/364751>
17. Социологические методы исследования имиджа [Сервис Plus, №3, 2011, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/365128>
18. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 199 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08259-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/424712> (дата обращения: 08.01.2020).
19. Урри, Д. Как выглядит будущее? / Д. Урри ; пер. с англ. А. Матвеевко ; под науч. ред. С. Шукиной. — Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. - 32 с. - ISBN 978-5-7749-1324-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/1042633>
20. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва :Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров)ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/329134>
21. Шомова, С. А. От мистери до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации[Электронный ресурс] / С. А. Шомова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 264 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5 ; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1471-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/1018842>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

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 семинарских/ практических занятий

Блок 1

Семиология визуальных сообщений У. Эко.

- 1 Что такое «семиология» по Эко?
- 2 Риторика визуальных сообщений.

- 3 Идеология в семиологическом смысле.
- 4 Периодическая классификация знаков Ч. Пирса в системе У. Эко.
- 5 Иконический знак и артикуляция визуальных кодов.
- 6 Кодификация коммуникативного кода.
- 7 Уровни визуальной аргументации (коммуникации).

Источники:

Эко У. Отсутствующая структура : введение в семиологию / Умберто Эко ; пер. с итал. В. Резник и А. Погоняйло. - СПб. : Симпозиум, 2006.
<http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3281820>

Обязательная литература

1. Царева Е. А. Ценностная значимость символа: семиотический аспект анализа / Е. А. Царева // Вопросы культурологии. - 2010. - N 7 (июль). - С. 8-13.
2. Карденахлишвили Тинатин Давидовна. Языковая игра в коммуникативном пространстве рекламы : (на примере каламбура) / Т. Д. Карденахлишвили // Вопросы культурологии. - 2009. - N 10 (октябрь). - С. 66-70.

Дополнительная литература

3. Финн В. К. О логико-семиотических проблемах теории понимания текстов : (неопубликованное послесловие к переводу на русский язык книги Умберто Эко "Роль читателя: исследования по семиотике текстов") / В. К. Финн // Научно-техническая информация. Сер. 2, Информационные процессы и системы. - 2010. - N 9. - С. 1-11.

Блок 2.

Изучение визуальных маркеров социальной структуры.

1. Особенности социальной структуры в соответствии с П. Бурдьё.
2. Проблематика визуального знака в понимании П. Бурдьё
3. Мода как главный аспект коммуникации.
4. Социологическое изучение визуальной культуры («социоанализ»).

Источники:

1. Бурдьё Пьер. Социальное пространство: поля и практики : пер. с фр. / Бурдьё Пьер ; Пьер Бурдьё ; сост., общ. ред. пер. и послесл. Н. А. Шматко. - М. : Ин-т эксперим. социологии, 2005 : Алетейя.
2. Общедоступное искусство: опыт о социальном использовании фотографии / Бурдьё Пьер [и др.] ; Пьер Бурдьё [и др. ; пер. с фр. Б. М. Скуратова]. - Москва : Праксис, 2014.
3. Социоанализ Пьера Бурдьё : Альм. Рос.-фр. центра социологии и философии Ин-та социологии Рос. акад. наук. - М. : Ин-т эксперим. социологии, 2001 : Алетейя : Алетейя.

Литература:

1. Алябьева Е. Побороть симулякры / Екатерина ; Екатерина Алябьева
2. // Новое литературное обозрение. - 2007. - N 3. - С. 397-403.
3. Воронцов А. В. Теоретико-методологические основания социологии П. Бурдьё[Текст] / А. В. Воронцов, И. А. Громов ; А. В. Воронцов, И. А. Громов
4. // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология. - 2010. - N 4. - С. 82-102.
5. Гурова О. Ю. Социология моды[Текст] : обзор классических концепций / Ольга

Юрьевна ; О. Ю. Гурова

6. // Социологические исследования. - 2011. - N 8. - С. 72-82.
7. Шматко Н. А. Анализ культурного производства Пьера Бурдьё // Социологические исследования — М., 2003. — N 8. — С. 113—120.
8. Шматко Н. А. Введение в социоанализ Пьера Бурдьё. Предисловие к книге П. Бурдьё «Социологии политики». — М.: Socio-Logos, 1993.

Блок 3

Визуальная культура в контексте социологической парадигмы (Г. Зиммель, Э. Дюркгейм)

1. Коммуникативные и социологические последствия визуального беспокойства жителей мегаполисов (по Г. Зиммелю)
2. Смысловые перспективы взаимодействия и контуры группобразования видимого мира (по Г. Зиммелю).
3. Коллективные представления о визуальных образах, их социальная интерпретация (по Э. Дюркгейму).

Источники:

1. Дюркгейм Э. Социология : ее предмет, метод, предназначение [пер. с фр. А. Б. Гофмана]. - М. : Канон+, Реабилитация, 2006.
2. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология. / Пер. с англ., нем., фр. Сост. и общ. ред. А. Н. Красникова. - М.: Канон+, 1998. http://sbiblio.com/biblio/archive/durkgeym_elementarnie/
3. Зиммель Г. Из «Экскурса о социологии чувств» // Новое литературное обозрение. 2000. № 43. - С. 5-13.
4. Зиммель Г. Избранное. В 2 тт. [сост.: С. Я. Левит, Л. В. Скворцов]. - М. : Юристь, 1996.
5. Зиммель Г. Конфликт современной культуры [Текст] . - С.378-398. // Культурология. XX век : антология / [сост. С. Я. Левит]. - М. : Юристь, 1995

Литература обязательная:

1. Ахутин Анатолий Валерианович. Понятие культуры Г. Зиммеля / А. В. Ахутин // АРХЭ. - М. : РГГУ, 2005. - Вып. 4. - С. 60-72.
2. Ватье П. Метод понимания, социальность и проблема устройства общества // Проблемы теоретической социологии. - Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2000. - Вып. 3. - С. 70-90.
3. Зиммель Георг. Конфликт современной культуры // Логика культуры. - Москва ; Санкт-Петербург : Унив. кн., 2009. - С. 241-260.
4. Зиммель Георг. Кризис культуры // Логика культуры. - Москва ; Санкт-Петербург : Унив. кн., 2009. - С. 236-240.
5. Зиммель Г. Область деятельности социологии // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология. - 1996. - N 2. - С.114-123.
6. Назирзаде Л. Соотношение социального и культурного / Л. Назирзаде
7. // Вопросы культурологии. - 2009. - N 10 (октябрь). - С. 12-15

Литература дополнительная:

8. Антоновский А. Ю. Начало социоэпистемологии: Эмиль Дюркгейм // Эпистемология & философия науки. - 2007. - N 4. - С. 142-161.

9. Бадина А. А. Социология крупного города в контексте западной исследовательской парадигмы / А. А. Бадина, О. Ю. Снегирев // Социология власти. - 2006. - № 6. - С. 117-125.
10. Батуренко С. А. Солидаристская традиция в истории социологической теории: О. Конт, Э. Дюркгейм [Текст] // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология. - 2012. - № 4. - С. 86-92.
11. Громов И. А. Методология научного познания и теория ценности Э. Дюркгейма / И. А. Громов, В. Г. Лукьянов // Социологические исследования. - 2010. - № 8. - С. 123-132.
12. Рейфман Б. В. "Вчерашний человек в каждом из нас" [Текст] : размышления о месте концепции Э. Дюркгейма в философии культуры // Вестник РГГУ. - 2013. - № 7 : Серия "Культурология. Искусствоведение. Музеология". - С. 18-24.

Блок 4

Тема 1.

- 1.1. Типология «когнитивных стилей» А. Шюца.
- 1.2. Социальные типизации и их роль в анализе визуального ряда в повседневности.
- 1.3. Коллективные визуальные маркеры социальной структуры.

Тема 2.

- 2.1. Что представляет собой «миф» в соответствии с концепцией Р. Барта?
- 2.2. Буржуазный миф, «псевдофизис» и типология риторических фигур в контексте анализа рекламных изображений.
- 2.3. Анализ визуального изображения с помощью системы знака и мифа.

Тема 3.

- 3.1. Акт вымыслообразования и акт придания смысла по В. Изеру.
- 3.2. Их роль в исследовании смыслового компонента визуальной культуры.

Литература обязательная:

1. Барт Р. Избранные работы : Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К.Косикова. - М. : Прогресс, Универс, 1994
2. Барт Р. Мифологии / Ролан Барт ; пер. с фр. С. Зенкина. - М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2004.
3. Изер В. Вымыслообразующие акты / Пер. Г. Дашевского
4. // Новое литературное обозрение. - 1997. - № 27. - С. 23-40.
5. Новиков М. А. Основания понятийного аппарата феноменологической социологии А. Шюца // Вестник РГГУ. - 2012. - № 2 : Серия "Социологические науки". - С. 67-75.
6. Новиков М. А. Типизация - инструмент феноменологической социологии А. Шюца // Вестник РГГУ. - 2013. - № 2: Социологические науки. - С. 243-249.
7. Шюц Альфред. Феноменология и социальные науки // Логика культуры. - Москва ; Санкт-Петербург : Унив. кн., 2009. - С. 517-536.

Литература дополнительная:

8. Рупова Р. М. Антиглобалистский оптимизм А. Шюца и К. Гирца / Р. М. Рупова
9. // Социологические исследования. - 2008. - № 4. - С. 138-143.
10. Шюц Альфред. Избранное: Мир, светящийся смыслом : [пер. с нем. и англ.] / Альфред Шюц. - М. : РОССПЭН, 2004.

Блок 5

Вопросы для обсуждения:

1.1 Что такое «драматургический» подход И. Гофмана?

1.2 Визуальное оформление пространства интеракции: Личные территории, территориальные маркеры, территориальные преступления, территориальное насилие.

2.1 Смена жестуальной парадигмы в современном обществе по Ж. Бодрийяру.

2.2 Дискурс рекламы. Индикатив рекламы. Логика рекламы.

2.3 Одаривание и фрустрация - две стороны социальной интеграции: какова роль рекламы в этом?

2.4 Потребление как важнейшая социальная функция.

3.1 Визуальное потребление Дж. Урри - что это такое?

3.2 Трансформация практики фотографирования в «неэлитную» и вседозволенную по Урри.

3.3 Формы туристического созерцания.

Литература обязательная:

1. Бодрийяр Жан. Система вещей / Жан Бодрийяр ; пер. с фр. и сопровод. ст. С. Н. Зенкина. - М. : Рудомино, 2001.
2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Ирвинг Гофман ; пер. с англ. А. Д. Ковалева ; Ин-т социологии РАН, Моск. высш. шк. соц. и экон. наук, Центр фундам. социологии. - М. : Канон-пресс-Ц : Кучково поле, 2000.
3. Урри Д.. Туристическое созерцание и "окружающая среда" // Вопросы социологии. Вып. 7. 1996. С. 70-99.
4. Урри Джон. Социология за пределами обществ : виды мобильности для XXI столетия / Джон Урри ; пер. с англ. Д. Кралечкина ; [Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики"]. - Москва : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2012.

Литература дополнительная:

5. Ватолина Юлия Владимировна. Коммуникация как проблема существования : (на основе опыта М. Виттиг, В. Беньямина, Ж. Бодрийяра) // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2008. - N 1. - С. 117-126.
6. Вахштайн Виктор Семенович. "Неудобная" классика социологии XX века: творческое наследие Ирвинга Гофмана / В. С. Вахштайн ; Гос. ун-т Высш. шк. экономики. - М. : ГУ ВШЭ, 2006.
7. Власова Ольга Александровна. Социология человека Ирвинга Гофмана : личность как сопротивление социальному в теориях стигматизации и тотальных институций // Социологический журнал. - 2011. - № 4. - С. 5-19.
8. Желнова А. М. Философский путь Жана Бодрийяра: между эстетическим и эпистемическим / А. М. Желнова // Вопросы философии. - 2007. - N 10. - С. 151-158.
9. Львов Александр Александрович. Ж. Бодрийяр: от производства эстетического к обществу потребления // Общество. Среда. Развитие. - 2013. - № 4. - С. 183-188.

10. Смирнов А. В. Проблемы повседневности в работах Ж. Бодрийяра / А. В. Смирнов // Вопросы культурологии. - 2010. - № 10 (октябрь). - С. 26-30.
11. Урри Дж. Мобильность и близость [Текст] / Дж. Урри ; пер. с англ. Н. Л. Мжаванадзе, Н. В. Романовского // Социологические исследования. - 2013. - № 2. - С. 3-14.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Визуальные коммуникации»: познакомить с основными подходами к анализу визуальных знаков, показать сложность чтения визуальных сообщений и образов, и представить методологические возможности интерпретации визуальных образов как коммуникативных практик.

Задачи дисциплины:

- Показать специфику визуальных коммуникаций и особый язык изображений;
- Анализировать систему понятий, используемых при работе с визуальным материалом;
- Изучение не только общетеоретических работ, но и текстов, посвященные анализу конкретного визуального материала и позволяющие продемонстрировать особенности применения теоретических
- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) – с другой;
- формирование основы понимания визуальной журналистики;
- развитие навыков профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основные способы интерпретации визуального материала; современные концепции, наиболее известные школы, направления, имена в визуальных исследованиях XX-XXI вв.; теории, концепты, методы, которые вырабатываются в русле современных визуальных исследований, связанных с методологическими и теоретическими новациями; тезаурус курса: методологические и содержательные понятия; глоссарий каждого автора, терминологическую специфику каждого автора; принципы, подходы, стратегии и методы визуального анализа.

Уметь:

видеть различия между разными методологиями, сильные и слабые стороны с точки зрения применимости к дискурсу в области рекламы и связей с общественностью; выделять ключевые понятия в прочитанных текстах, специфику исследовательского аппарата разных авторов; представлять результаты своей работы в виде анализа рекламного сообщения с точки зрения выбранной методологии; разрабатывать стратегии анализа рекламы с точки зрения визуальных исследований; применять навыки использования визуального материала в междисциплинарных исследованиях.

Владеть:

навыками описания и анализа визуальных образов; специальной терминологией каждого направления; принципами и методами анализа теорий и методологий; навыками критического анализа и синтеза научной информации; навыками использования визуального материала в междисциплинарных исследованиях.