

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление: *42.03.01 - Реклама и связи с общественностью*

Направленность: *Связи с общественностью и коммуникативные технологии*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Визуальные коммуникации
Рабочая программа дисциплины

Составитель:
к.ист.н., доцент Азерникова И.П.

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 4 от 17.04.2023г.

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	5
2. Структура дисциплины.....	6
3. Содержание дисциплины	6
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	7
5.1. Система оценивания	7
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине	8
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	11
6.1. Список источников и литературы	11
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	12
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	14
9. Методические материалы.....	15
9.1. Планы семинарских занятий.....	15
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	17

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	<i>Знать:</i> тезаурус курса: методологические и содержательные понятия; глоссарий каждого автора, терминологическую специфику каждого автора; принципы, подходы, стратегии и методы визуального анализа. <i>Уметь:</i> видеть различия между разными методологиями, сильные и слабые стороны с точки зрения применимости к дискурсу в области рекламы и связей с общественностью; <i>Владеть:</i> навыками описания и анализа визуальных образов.
ОПК-3 – способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	<i>Знать:</i> основные способы интерпретации визуального материала; современные концепции, наиболее известные школы, направления, имена в

(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		<p>визуальных исследованиях XX-XXI вв.;</p> <p><i>Уметь:</i> 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;</p> <p><i>Владеть:</i> принципами и методами анализа теорий и методологий; навыками критического анализа и синтеза научной информации.</p>
	<p>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</p>	<p><i>Знать:</i> теории, концепты, методы, которые вырабатываются в русле современных визуальных исследований, связанных с методологическими и теоретическими новациями;</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать стратегии анализа рекламы с точки зрения визуальных исследований; применять навыки использования визуального материала в междисциплинарных исследованиях.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования визуального материала в междисциплинарных исследованиях.</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Визуальные коммуникации» 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, Имиджевые технологии, Геобрендинг, Организация и проведение коммуникационных кампаний в связях с общественностью.

2. Структура дисциплины

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

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	16
4	Семинары/лабораторные работы	40
Всего:		56

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 88 академических часов.

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:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	30 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	15 баллов	15 баллов
- контрольная работа (темы 4-6)	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен (коллоквиум)		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	A
83 – 94		B
68 – 82	хорошо	C
56 – 67		D
50 – 55	удовлетворительно	E
20 – 49		неудовлетворительно
0 – 19	не зачтено	

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>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 выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>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 выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетво- рительно»/	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	не зачтено	<p>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

Оценочные средства текущего контроля

Текущая аттестация № 1

Форма текущего контроля: контрольная работа (решение кейсов)

Формируемые компетенции: УК-2.1; ОПК-3.1; ОПК-3.2.

Примеры кейсов

Кейс № 1. На основе изучения предложенных логотипов трех известных мировых брендов в области моды (спорта, фармакологии, сотовой связи и пр.) рассмотреть использование средств визуальной коммуникации. Обосновать использование выделенных студентов средств и указать задачи, на решение которых направлено их использование. Расписать недостатки и достоинства выделенных средств визуальной коммуникации.

Кейс № 2. На основе изучения трех образцов печатной рекламы рассмотреть использование средств визуальной коммуникации. Обосновать использование выделенных студентов средств и указать задачи, на решение которых направлено их использование. Расписать недостатки и достоинства выделенных средств визуальной коммуникации.

Кейс № 3. На основе изучения трех образцов печатной политической рекламы рассмотреть использование средств визуальной коммуникации. Обосновать использование выделенных студентов средств и указать задачи, на решение которых направлено их использование. Расписать недостатки и достоинства выделенных средств визуальной коммуникации.

Критерий оценки контрольной работы:

При оценивании письменного задания учитывается (максимум 15 баллов):

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 5 баллов;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 10 баллов;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность - 15 баллов.

Текущая аттестация № 2

Форма текущего контроля: контрольная работа (выполнение устного задания с презентацией в Powerpoint.)

Формируемые компетенции: УК-2.1; ОПК-3.1; ОПК-3.2.

Задание к контрольной работе: 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.

Критерий оценки контрольной работы:

При оценивании письменного задания учитывается (максимум 15 баллов):

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 5 баллов;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 10 баллов;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность - 15 баллов.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине***Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)***

Форма проведения промежуточной аттестации: коллоквиум.

Формируемые компетенции: УК-2.1; ОПК-3.1; ОПК-3.2.

1. Риторика визуальных сообщений.
2. Идеология в семиологическом смысле.
3. Периодическая классификация знаков Ч. Пирса в системе У. Эко.
4. Иконический знак и артикуляция визуальных кодов.
5. Кодификация коммуникативного кода.
6. Уровни визуальной аргументации (коммуникации).
7. Особенности социальной структуры в соответствии с П. Бурдьё.
8. Проблематика визуального знака в понимании П. Бурдьё
9. Мода как главный аспект коммуникации.
10. Социологическое изучение визуальной культуры («социоанализ»).
11. Коммуникативные и социологические последствия визуального беспокойства жителей мегаполисов (по Г. Зиммелю)
12. Смысловые перспективы взаимодействия и контуры группобразования видимого мира (по Г. Зиммелю).
13. Коллективные представления о визуальных образах, их социальная интерпретация (по Э. Дюркгейму).
14. Типология «когнитивных стилей» А. Шюца.
15. Социальные типизации и их роль в анализе визуального ряда в повседневности.
16. Коллективные визуальные маркеры социальной структуры.
17. Что представляет собой «миф» в соответствии с концепцией Р. Барта?
18. Буржуазный миф, «псевдофизис» и типология риторических фигур в контексте анализа рекламных изображений.
19. Анализ визуального изображения с помощью системы знака и мифа.

20. Акт вымыслообразования и акт придания смысла по В. Изеру.
21. Их роль в исследовании смыслового компонента визуальной культуры.
22. «Драматургический» подход И. Гофмана.
23. Визуальное оформление пространства интеракции: Личные территории, территориальные маркеры, территориальные преступления, территориальное насилие.
24. Смена жестуальной парадигмы в современном обществе по Ж. Бодрийяру.
25. Дискурс рекламы. Индикатив рекламы. Логика рекламы.
26. Одаривание и фрустрация - две стороны социальной интеграции: какова роль рекламы в этом?
27. Потребление как важнейшая социальная функция.
28. Визуальное потребление Дж. Урри - что это такое?
29. Трансформация практики фотографирования в «неэлитную» и вседозволенную по Урри.
30. Формы туристического созерцания.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники:

1. Бурдые Пьер. Социальное пространство: поля и практики: пер. с фр. / Бурдые Пьер; Пьер Бурдые; сост., общ. ред. пер. и послесл. Н. А. Шматко. - М.: Ин-т эксперим. социологии, 2005: Алетейя.
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.
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
6. Шюц Альфред. Избранное: Мир, светящийся смыслом: [пер. с нем. и англ.] / Альфред Шюц. - М : РОССПЭН, 2004.
7. Эко У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / Умберто Эко; пер. с итал. В. Резник и А. Погоняйло. - СПб. Симпозиум, 2006.
8. Урри Дж. Мобильность и близость[Текст] / Дж. Урри ; пер. с англ. Н. Л. Мжаванадзе, Н. В. Романовского // Социологические исследования. - 2013. - № 2. - С. 3-14.

Литература:

Основная:

1. Бразговская, Е. Е. Семиотика. Языки и коды культуры: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Бразговская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11201-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516611>
2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). —

- ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025>
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>
 4. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/51840>

Дополнительная:

1. Графический дизайн. Современные концепции: учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.]; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515527>
2. Кузина, Е. А. Дизайн интерьера общественного пространства магазинов: учебное пособие для вузов / Е. А. Кузина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13247-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519048>
3. Махлина, С. Т. Семиотика культуры повседневности: учебник для вузов / С. Т. Махлина. — 2-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13763-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519658>
4. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515503>

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

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

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

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 занятий

Тема 1. Семиология визуальных сообщений У. Эко.

Вопросы для обсуждения:

- 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).

Тема 2. Изучение визуальных маркеров социальной структуры.

Вопросы для обсуждения:

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»).

Тема 3. Визуальная культура в контексте социологической парадигмы (Г. Зиммель, Э. Дюркгейм)

Вопросы для обсуждения:

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).

Тема 4. Визуальные маркеры социальной структуры

Вопросы для обсуждения:

1. Типология «когнитивных стилей» А. Шюца.
2. Социальные типизации и их роль в анализе визуального ряда в повседневности.
3. Коллективные визуальные маркеры социальной структуры.
4. Что представляет собой «миф» в соответствии с концепцией Р. Барта?
5. Буржуазный миф, «псевдофизис» и типология риторических фигур в контексте анализа рекламных изображений.
6. Анализ визуального изображения с помощью системы знака и мифа.
7. Акт вымыслообразования и акт придания смысла по В. Изеру.
8. Их роль в исследовании смыслового компонента визуальной культуры.

Тема 5. Драматургическая коммуникация.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое «драматургический» подход И. Гофмана?
2. Визуальное оформление пространства интеракции: Личные территории, территориальные маркеры, территориальные преступления, территориальное насилие.

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

Тема 6. Семиотика рекламной коммуникации.

Вопросы для обсуждения:

1. Дискурс рекламы. Индикатив рекламы. Логика рекламы.
2. Одаривание и фрустрация - две стороны социальной интеграции: какова роль рекламы в этом?
3. Потребление как важнейшая социальная функция.

Тема 7. Визуальное потребление

Вопросы для обсуждения:

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ 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

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.