МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Н. В. Шалютина

ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией факультета социальных наук

для студентов ННГУ ФСН,

обучающихся по направлению подготовки 39.04.01. – Социология,

направленность ОП «Социология культуры и молодежные исследования»

Нижний Новгород

2019

УДК 316.77

ББК С60.56

 О28

О28 Шалютина Н.В. Визуальная социология: Учебно-методическое пособие:– Нижний Новгород: Нижегородский университет, 2019. – 33с.

Рецензент:

В пособии изложена рабочая программа дисциплины (модуля) «Визуальная социология», включающая краткое описание тем лекций, планы семинарских занятий, куда входят: темы для обсуждения и творческих заданий (фотопроектов), описание групповых работ и список литературы по тематике курса.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов ННГУ ФСН, обучающихся по направлению подготовки 39.04.01. – Социология,

направленность ОП «Социология культуры и молодежные исследования», уровень магистратуры.

Ответственный за выпуск:

Председатель методической комиссии факультета социальных наук ННГУ, к.соц.н., доцент **И.Э. Петрова**

 УДК 316.77

 ББК С60.56

© Нижегородский государственный

университет им. Н.И. Лобачевского, 2019

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Аннотация 4

2. Пояснительная записка……………………………………………………...........5

3. Планируемые результаты обучения (компетенции)……………………………8

4. Образовательные технологии, применяемые в учебном процессе……………10

5. Место модуля в структуре ОПОП…………………………………………….....12

6. Тематический расчет часов .13

7. Содержание разделов модуля .14

8. Самостоятельная работа магистрантов……………………..…………………..19

9. Фонд оценочных средств….…………..…..…………………………………….23

10. Информационное обеспечение дисциплины………….………………… …..30

11. Вопросы по курсу «Визуальная социология».. .32

**1. АННОТАЦИЯ**

Пособие раскрывает содержание дисциплины (модуля) «Визуальная социология», междисциплинарной отрасли, сфокусированной на изучении феномена визуальности, процессе создания визуального образа, его социальной сущности и воздействия на сознание человека; рассматриваются основные парадигмы и методики интерпретации визуальных текстов.

В пособии определяется тематика и план семинарских занятий, вопросы для подготовки и используемая литература.

Учебная работа магистрантов с информацией проходит с использованием вербальных и визуальных методик. К первым относится: подготовка докладов, участие в групповых дискуссиях. К визуальным методам работы с информацией относятся: подготовка творческих заданий (фотопроектов) и групповая работа, связанная с составлением схем, таблиц и моделей.

Данное пособие подготовлено в соответствии с ОС ННГУ и предназначено для подготовки магистрантов ФСН, обучающихся по направлению подготовки 39.04.01. – Социология, направленность ОП «Социология культуры и молодежные исследования», уровень магистратуры.

**2. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Б1.В.ДВ.06.01. Дисциплина «Визуальная социология» является дисциплиной по выбору профессионального цикла магистерской программы «Социология культуры и молодежные исследования» направления подготовки 39.06.01. - Социологические науки. Период освоения дисциплины – 1 семестр.

**Цель дисциплины** - формирование систематизированных знаний об использовании визуальные средств для анализа социальных процессов и явлений.

**Задачи дисциплины:**

* освоить ключевые понятия и методологию визуальной социологии и выработать навыки их использования;
* дать представление о социологическом восприятии визуальных текстов;
* выработать навыки анализа социальных феноменов через интерпретацию визуальных текстов, в частности фотографии и телевизионного текста.

Необходимость в методическом пособии по курсу «Визуальная социология» объясняется повышенным интересом социологии к сфере визуальных проявлений и репрезентаций, сформировавшим особую междисциплинарную область научного анализа. Данное направление сфокусировано на изучении процесса создания визуального образа, его социальной сущности и воздействия на сознание человека. Появление этой области исследования связано с так называемым «визуальным (иконическим) поворотом» в социальной мысли, связанным с доминированием визуальной культуры в нашей повседневности; с распространением новых медиа.

Визуальная социология, используя достижения различных дисциплин, изучает широкий спектр визуальных практик: кино и искусство, рекламу и архитектуру, социальные сети и телевидение. Традиционные способы интерпретации визуальных репрезентаций, сложившиеся в области искусствоведческих дисциплин, не могут удовлетворить потребность в изучении визуальной культуры во всех её проявлениях, особенно в сфере новых медиа. Визуальная социология позволяет расширить дисциплинарные границы социологии, привлекая методы семиологии, психологии, философии, антропологии для того, чтобы изучить эстетические свойства визуального образа, его технические параметры и социальные характеристики.

Очевидно, что визуальные тексты способны не только описывать события, но и формировать новые смыслы, а благодаря распространению современных технологий фиксации, обработки и передачи изображений, власть над визуальными образами уже не является уделом избранных. Визуальная социология изучает не только тексты и контексты, но и процессы производства и восприятия изображения. Эмпирические исследования в рамках визуальной методологии охватывают разные грани социальной жизни: идентичность и субкультуры, социальные группы и организации, гендер и материальная культура.

В рамках исследования визуальности можно выделить две парадигмы.

Одна из них – «нерепрезентативная», рассматривающая способность визуального образа конструировать социальную реальность.

Другая парадигма – «интерпретативный» подход, согласно которому образ – это отражение повседневности или некая социокультурная репрезентация, раскрывающая идеологию и цель своих авторов и допускающая некоторую манипуляцию со зрителем.

Представленный курс предлагает исследовать визуальные феномены с позиций обеих парадигм, в зависимости от исследуемого жанра.

Схема исследования визуальных сообщений в рамках данного курса выстроена по логике традиционной модели коммуникации Г. Лассуэла: «кто говорит? – что говорит? – кому говорит? – по какому каналу? – с каким эффектом?». Соответственно, можно выделить три предметные области исследования визуального сообщения:

1. Производство изображения (кто создал визуальный материал и почему?)
2. Содержание изображения (что представлено и как, по какому каналу?)
3. Восприятие аудиторией и эффекты (как получено и интерпретировано?)

Каждая из этих областей имеет свою модальность и оценивает визуальные данные с точки зрения социального, технического и композиционного (эстетического) аспекта.

С точки зрения технологии изучается, каким образом (с использованием каких инструментов и оборудования) визуальный материал был изготовлен, распространен и продемонстрирован аудитории, каковы технические характеристики самого изображения.

Композиционный аспект изучает жанровые характеристики, композицию визуального текста, качество приема изображения.

Социальная модальность изучает производство, распространение и интерпретацию сообщения с точки зрения социокультурных, экономических, политических и институциональных практик.

В сущности, эти модальности трудно отмежевать друг от друга, поэтому визуальная социология учитывает в разной степени все три модальности при изучении производства, содержания и восприятия визуального образа.

Конкретные методы интерпретации изображения зависят от цели исследования и специфики проблемы, требующей анализа. Однако визуальная социология опирается на сложившиеся традиции в исследовании визуальных феноменов, которые были сформированы в рамках определенных дисциплин и зависят, кроме прочего, от типа визуального материала.

Традиционно, изобразительное искусство изучается методом композиционного анализа; реклама – с методами семиологии; кино – с помощью психоанализа; учреждения, демонстрирующие визуальные образы (музеи, галереи) – методами институционального анализа; фотографии (и другие изображения, включая картины, карты, книжные иллюстрации) – методами дискурсивной и структурной интерпретации; телевизионные программы – методами изучения аудитории; большие массивы визуальных данных – методом контент-анализа.

Все названные подходы и методики находят свое отражение в представленном курсе.

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (КОМПЕТЕНЦИИ)**

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| **Формируемые компетенции**(код компетенции, уровень освоения – при наличии в карте компетенции) | **Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций** |
| ОПК-2 | ЗНАТЬ:Основные концепции философии и социально-гуманитарных наукУМЕТЬ:Выделять, критически оценивать и систематизировать основные идеи в философских, социально-гуманитарных текстах. ВЛАДЕТЬ:Навыками анализа, систематизации и критического осмысления тенденций и направлений социально-гуманитарных наук Навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание, приемами ведения дискуссии и полемики, навыками публичной речи и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения. |
| ОПК-3 | ЗНАТЬ:Принципы подготовки, оформления и представления научных результатов;Технологию составления и оформления научно-технической документации и отчетов;Порядок предоставления результатов работы с учетом особенностей потенциальной аудитории.УМЕТЬ:Профессионально составлять научно-техническую документацию, отчеты; Грамотно оформлять научно-техническую документацию, отчеты; Предоставлять результаты работы с учетом особенностей потенциальной аудиторииВЛАДЕТЬ:Технологией составления и оформления научно-технической документации и отчетов, Навыками предоставления результатов исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории |
| ПК-3 | ЗНАТЬ: основные научные принципы поиска информации; правила разработки методических подходов при решении научно-исследовательских задач.УМЕТЬ: определять возможности и ограничения теорий, методов, моделей в решении конкретных научно-исследовательских задач.ВЛАДЕТЬ: навыками применения новых теорий и методов для решения конкретных научно-исследовательских задач; навыки разработки новых методических подходов в соответствии с конкретными целями исследования. |

**4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ,**

**ПРИМЕНЯЕМЫЕ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ**

Для формирования **мотивации** к обучению применяются проектные и коммуникационные технологии:

1. Проблемное изложение учебного материала преподавателем, с последующим обсуждением в группах, что способствует эмоциональному вовлечению магистрантов в познавательную деятельность и формирует готовность к выявлению существующих социальных проблем;

2. Выполнение творческих заданий, с использованием методов визуальной социологии, формирующих готовность к проведению прикладных исследований. В рамках каждой изучаемой темы студентам предлагается выполнить фотопроект, с последующим обсуждением его на семинарском занятии. Кроме того, предлагается выполнение групповых заданий по визуализации социологической информации: составление схем, графиков и моделей на основе информации, полученной от преподавателя.

Для достижения планируемых результатов обучения в виде **знаний, умений и навыков** используются сочетание вербальных и визуальных образовательных технологий:

1. Проектные и информационно-коммуникационные технологии, направленные на формирование мотивации к обучению и развитию. Выполнение творческих заданий и групповая работа позволяют вовлечь магистрантов в познавательную деятельность, показать практическую значимость социологии.

2. Информационно-развивающие технологии, направленные на формирование системы знаний. Используется лекционный метод, и самостоятельное изучение литературы и электронных источников информации.

3. Деятельностные практико-ориентированные технологии, направленные на формирование системы профессиональных практических умений при проведении социологических исследований.

4. Развивающие проблемно-ориентированные технологии, направленные на формирование и развитие проблемного мышления, способности видеть и формулировать проблемы, выбирать способы их решения. Используются виды проблемного обучения: освещение основных проблем визуальной социологии на семинарах, учебные дискуссии.

5. Методы визуальной социологии, способствующие развитию социологического воображения и практических навыков анализа социальной реальности и повышающие заинтересованность студентов социологией в целом. Магистранты совершенствуют навыки работы в группе, творческому подходу к решению задач. Самостоятельная работа магистрантов по визуализированию социальных явлений и процессов и последующее обсуждение в группе, способствует не только углублению социологических знаний, но и развитию навыков и компетенций, необходимых для формирования профессионала.

Для формирования запланированных компетенций выбраны следующие формы организации учебного процесса:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Методы** | **Семинары** | **Самостоятельная работа** |
| IT- методы | + | + |
| Групповая работа | + |  |
| Case-study |  |  |
| Методы проблемного обучения | + |  |
| Визуальная методология | + | + |

**5. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Объем дисциплины (модуля) составляет 36 часа, из которых 17 часов контактная работа (практические занятия), 19 часа составляет самостоятельная работа обучающегося, 1 КСР. Форма промежуточной аттестации – зачет. Общая трудоемкость дисциплины – 1 ЗЕТ.

Объем дисциплины и виды учебной работы

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы в соответствии с учебным планом | Количество часов |
| Очная форма обучения |
| Лекции |  |
| Практические занятия | 16 |
| КСР | 1 |
| Самостоятельная работа студентов | 19 |
| Итого | 36 |

**6. ТЕМАТИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ ЧАСОВ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Раздел дисциплины** | **Всего часов** | В том числе: | **Самостоятельная работа обучающегося, часы** |
| **Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы** из них |
|  **Занятия лекционного типа** |  **Занятия семинарского типа** |  **Занятия лабораторного типа** | **Консультации** |
| 1.1 | Теоретические основы визуальной социологии |  |  | 2 |  |  | 2 |
| 1.2 | Визуальная методология: основные концептуальные подходы |  |  | 2 |  |  | 2 |
| 2.1 | Фотография как объект социологического анализа |  |  | 2 |  |  | 2 |
| 2.2. | Социология визуального искусства  |  |  | 2 |  |  | 2 |
| 2.3. | Социальные образы в визуальных СМИ |  |  | 2 |  |  | 2 |
| 3 | Визуальные технологии и глобализация  |  |  | 2 |  |  | 3 |
| 4.1.  | Визуальные измерения социального взаимодействия  |  |  | 2 |  |  | 3 |
| 4.2. | Социальная стратификация. |  |  | 2 |  |  | 3 |
|  | Итого |  |  | 16 |  |  | 19 |
|  | Промежуточная аттестация - зачет | 1 |  |  |  |  |  |

*В рамках занятий семинарского типа может осуществляться текущий контроль успеваемости*

**7. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ МОДУЛЯ**

**Тема 1.1.Теоретические основы визуальной социологии.**

Фотография и социологическая теория. Традиции визуальных репрезентаций и интерпретации изображения. Расширение горизонта эмпирических методов социологии. Визуальная социология П. Штомпки. Феноменологическая социология А. Щюца. Этнометодология Г.Гарфинкеля. Драматургическая социология И.Гофмана. Фотография в работах Р. Барта, П. Бурдье, В. Беньямина.

**Тема 1.2. Визуальная методология: основные концептуальные подходы:** репрезентативный и нерепрезентативный. Основные методы анализа визуального текста: композиционный анализ, семиология, психоанализ, институциональный анализ, фотографии дискурсивная и структурная интерпретация, методы изучения аудитории, контент-анализ.

**Задания для подготовки по теме 1.**

А) Подготовка к обсуждению основных вопросов по темам 1.1, 1.2 в рамках практических занятий на основе анализа научной литературы (см.п.7).

Б) Выполнение задания реконструктивного уровня: создание «Матрицы визуальных данных». Работа представляется устно на практическом занятии.

Алгоритм выполнения: магистрантам предлагается выполнить серию фотографий (или использовать готовые снимки) в 15 значимых контекстах, представляющих собой типичные области социальной жизни, которые задают возможные темы для анализа визуальных данных. К контекстам относятся такие сферы, как: дом, работа, наука, религия, потребление, путешествия и т.д. В каждой из этих сфер выделяется шесть граней: личности, их действия и взаимодействия, коллективность, культура и окружение. Разложив визуальный текст на элементы в соответствии с указанными категориями анализа, исследователь не только описывает репрезентацию реальности, но и по внешним проявлениям раскрывает особенности культуры и структуры общества. Магистранты заполняют «Матрица визуальных данных» и готовят презентацию фотопроекта.

Матрица визуальных данных

|  |  |
| --- | --- |
| **Контексты**  | **Аспекты** |
|  | **Личность**  | **Действия**  | **Интеракция****(взаимодействие)**  | **Коллектив**  | **Культура/техника**  | **Среда**  |
| **Семейный дом**  | Ребенок  | Готовка  | Семейный ужин  | Семья  | Мебель  | Жилище  |
| **Работа**  | Шахтер  | Работа в забое  | Кооперация  | Бригада  | Кайло  | Шахта  |
| **Потребление**  | Клиент  | Покупка  | Сдел ка  | Покупатели  | Реклама  | Магазин  |
| **Путешествие**  | Турист  | Посещение  | Объяснение  | Экскурсия  | Памятники  | Отель  |
| **Болезнь**  | Врач  | Терапия  | Исследование  | Медицинская служба  | Томограф  | Больница  |
| **Смерть**  | Могильщик  | Похороны  | Соболезнование  | Траурная процессия  | День поминовения  | Кладбище  |
| **Образование**  | Учитель  | Лекция  | Экзамен  | Класс  | Проектор  | Школа  |
| **Религия** | Ксендз  | Служба  | Исповедь  | Верующие  | Алтарь  | Костел  |
| **Политика**  | Депутат  | Голосование  | Спор  | Избиратели  | Дебаты  | Сейм  |
| **Наука**  | Профессор  | Исследования  | Семинар  | Студенты  | Книги  | Университет  |
| **Искусство**  | Художник  | Рисование  | Позирование  | Богема  | Композиция  | Музей  |
| **Отдых**  | Отдыхающий  | Загорание  | Игра  | Курортники  | Серфинг  | Курорт  |
| **Спорт**  | Спортсмен  | Игра  | Матч  | Команда  | Футбол  | Стадион  |
| **Война**  | Солдат  | Стрельба  | Бой  | Отряд  | Карабин  | Поле боя  |
| **Бедствия и катастрофы**  | Жертва  | Спасение  | Взаимопомощь  | Погорельцы  | Спасательное снаря­жение  | Руины  |

**Литература к теме 1.**

1. Петровская Е.В. Теория образа : [Электронный ресурс] URL: https://www.hse.ru/data/2013/12/11/1339153379/Петровская%20Е.В.%20-%20Теория%20образа%20(2010).pdf
2. Усманова А. «Между искусствознанием и социологией: о предмете и методе визуальных исследований» // Визуальные аспекты культуры - 2006: Сб. науч. ст.- Ижевск: ГОУВПО,Удмуртский государственный университет, 2006. С.10-20.
3. Штомпка П. Визуальная социология. – М., 2010.
4. Шалютина Н.В. Визуальная методология: основные концептуальные подходы // Вестник Нижегородского университета. Сер. Социальные науки, 2016, №3. [Электронный ресурс] URL: http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik\_soc/18115942\_2016\_-\_3(43)\_unicode/14.pdf

**Тема 2.1.** **Фотография как объект социологического анализа.** Семиотический подход к анализу фотографии. Фотография в социологических исследованиях. Методологическое и культурологическое направления в визуальной социологии. Этапы интерпретации фотографии. Фотоискусство и его изобразительные средства.

**Тема 2.2. Социология визуального искусства.** Социальное содержание искусства как художественного мира и как институциональной сферы. Отличительные характеристики символического языка в визуальном искусстве. Взаимосвязь мскусства с другими институтами.

**Тема 2.3. Социальные образы в визуальных СМИ.** Содержание образов вразвлекательных программах, новостях и рекламе. Контроль и управление образами на примере рекламы. Визуальные образы в СМИ как отражение повседневности и инициатор социальных измениений. Рекламные тексты и символы

**Задания для подготовки по теме 2.**

А) Подготовка к обсуждению основных вопросов по темам 2.1, 2.2., 2.3. в рамках практических занятий на основе анализа научной литературы (см.п.10).

Б) Выполнение задания реконструктивного уровня: написание эссе. Работа представляется устно на практических занятиях.

Примерные темы эссе:

1. Кодирование окружающей среды: социологическое прочтение мира повседневных вещей.

2. Кодовая система субкультур.

3. Фоторепортаж в печатных СМИ.

4. Картографическое исследование города.

5. Семейные фотографии как социологическое отображение социального времени.

6. Социологический анализ памятников Нижнего Новгорода.

7. Граффити городской среды: классификация по районам.

8. Гендерные особенности поведения в торговых центрах.

9. Активное фотографирование.

10. Реклама как отражение гендерных стереотипов в глянцевых журналах.

11. Невербальные способы гендерной идентификации.

12. Интерпретация визуального изображения (на примере селфи).

**Литература к теме 2.**

1. Петровская Е.В. Теория образа : [Электронный ресурс] URL: https://www.hse.ru/data/2013/12/11/1339153379/Петровская%20Е.В.%20-%20Теория%20образа%20(2010).pdf

2. Усманова А. «Между искусствознанием и социологией: о предмете и методе визуальных исследований» // Визуальные аспекты культуры - 2006: Сб. науч. ст./ Под ред. В.Л.Круткина, Т.А.Власовой. Ижевск: ГОУВПО,Удмуртский государственный университет, 2006. С.10-20.

3. Штомпка П. Визуальная социология. – М., 2010.

**Тема 3. Визуальные технологии и глобализация.**

Глобализация как основная социальная тенденция современности: её факторы и каналы распространения. Проблемы взаимовлияния глобализации и визуальных технологий. Процессы глобализации на макро- и на микро-уровнях. Возможности изучение глобализации методами визуальной социологии.

**Задания для подготовки по теме 3.**

А) Подготовка к обсуждению основных вопросов по тему в рамках практических занятий на основе анализа научной литературы (см.п.7).

Б) Выполнение задания реконструктивного уровня: фотопроект. Магистрантам предлагается выполнить серию фотографий на одну из тем по выбору.

1. Проанализируйте рекламу современных журналов. Какие невербальные методы передачи информации являются стереотипными для рекламы, направленной на мужскую и на женскую целевые аудитории? Существуют ли национальные гендерные стереотипы?

2. Принесите снимки, характеризующие процессы макро и микро глобализации. Прокомментируйте их.

3. Просмотрите телевизионный рекламный ролик. Дайте идеологический анализ ролика: какие социальные коды использованы на уровне реальности (внешность героев, жесты, окружающая обстановка и т.д.)? Как закодирован уровень репрезентации (музыкальное сопровождение, освещение, камера, графическое оформление и т.д.)? Как представлен идеологический уровень ролика? Какие социальные коды содержаться в самом драматическом конфликте (классовые, гендерные, национальные стереотипы), Какова целевая аудитория ролика? Какой образ реальности создает ролик? Какие ценности пропагандирует (на уровне товара и на уровне потребности)?

**Литература к теме 3.**

1. Штомпка П. Визуальная социология. – М., 2010.
2. Гринев-Гриневич С. В. Основы семиотики: [Электронный ресурс] URL: http://znanium.com
3. Круткин В. Л. Гуманитарное знание в визуальной антропологии Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 4, 2013. [Электронный ресурс] URL: http://znanium.com
4. Петровская Е.В. Теория образа : [Электронный ресурс] URL: https://www.hse.ru/data/2013/12/11/1339153379/Петровская%20Е.В.%20-%20Теория%20образа%20(2010).pdf

**Тема 4.1. Визуальные измерения социального взаимодействия.** Невербальная коммуникация и создания имиджа тела. Дресс код: одежда и мода как символы статуса и власти. Имиджы тела в художественной среде и повседневной невербальной коммуникации. Ландшафты как средства передачи смысла в различных типах социального взаимодействия.

**Тема 4.2. Социальная стратификация. Человек в городской среде**. Изучение социальной стратификации с помощью визуальной социологии. Город и социальная структура его населения. Зонирование. Трансформация внешнего облика Нижнего Новгородаа под воздействием социальных изменений. Городские субкультуры. Типичные ситуации города. Взаимодействие между разными поколениями. Субкультуры и контркультуры. Социальная значимость субкультур в молодежной среде. Культура мейнстрима.

**Задания для подготовки по теме 4.**

А) Подготовка к обсуждению основных вопросов по темам 4.1., 4.2. в рамках практических занятий на основе анализа научной литературы (см.п.7).

Б) Выполнение задания реконструктивного уровня: фотопроект. Магистрантам предлагается выполнить серию фотографий на одну из тем по выбору:

1. Сделайте серию портретов молодежи (можно студентов ННГУ). Какие признаки свидетельствуют о принадлежности к определенной субкультуре? Опишите фон фотографии, позу и мимику фотографируемого, детали имиджа. Если на фото несколько человек, то какими чертами характеризуется их социальное взаимодействие? Можно ли сделать выводы об иерархии, самоопределении фотографируемых людей?

2. Выберите несколько фотографий из своего семейного альбома, представляющие типичную ситуацию – день рождения, групповое семейное фото и т. п. постарайтесь выбрать фотографии, представляющие несколько поколений вашей семьи. Сделайте фото тех же членов семьи в таких же типичных обстановках. Сравните, что изменилось – во внешнем виде, в окружающей обстановке, в позах, выражениях лиц и т. д. что осталось неизменным? Какие общие выводы для всего общества можно сделать из этих снимков?

3. Проведите контентный и контекстный анализ старых фотографий. Какое событие изображено? Кто создал фотографию и для кого? Опишите особенности внешнего облика, одежды, гендерные различия, атрибутику, символы

4. Выделите основные социальные зоны Нижнего Новгорода и подкрепите свои выводы фотографиями. Как меняется город и почему? Какими факторами определяется социальное зонирование города?

**Литература к теме 4.**

1. Штомпка П. Визуальная социология. – М., 2010.

2. Гринев-Гриневич С. В. Основы семиотики: [Электронный ресурс] URL: http://znanium.com

3. Круткин В. Л. Гуманитарное знание в визуальной антропологии Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 4, 2013. [Электронный ресурс] URL: http://znanium.com

4. Петровская Е.В. Теория образа : [Электронный ресурс] URL: https://www.hse.ru/data/2013/12/11/1339153379/Петровская%20Е.В.%20-%20Теория%20образа%20(2010).pdf

**8. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

**Изучение понятийного аппарата дисциплины**

Система индивидуальной самостоятельной работы подчинена усвоению понятийного аппарата социологии с помощью учебных материалов, указанных в списке литературы.

**Работа над литературой** **методами визуализации**

Одна из форм самостоятельной работы с литературой – графическая визуализация материала, требующая от студента анализа информации. К графической визуализации относят любые графики, схемы, таблицы, карты, то есть всё то, что позволяет графически представить процессы и явления, происходящие в системах, и упростить их анализ и восприятие.

**Подготовка к семинарским и творческим занятиям**

Этапы подготовки к докладу и презентации фотопроекта на семинарском занятии:

 1) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;

 2) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;

 3) тщательно изучить лекционный материал;

 4) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;

 5) подготовить презентацию. При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития. Использование Power Point существенно повышает степень визуализации материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

**Самостоятельная работа магистранта при подготовке к зачету.**

Итоговой формой контроля успеваемости магистрантов по учебной дисциплине «Визуальная социология» является зачет. В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету по дисциплине, а также использовать в процессе обучения методические материалы по данной дисциплине. Это позволит сформировать обобщенное видение магистрантом дисциплины «Визуальная социология».

**Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет**

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

**Гайд для семиотического анализа рекламы**

Выбрать рекламную фотографию, сделать анализ по схеме, описывая визуальный образ как текст, фокусируясь на определении системы ценностей, эксплуатируемые рекламой, на взаимодействии "коммуникатор - текст - аудитория".

1. Зафиксировать свое восприятие рекламного текста, его стиля и попытаться отрефлексировать, чем оно вызвано.
2.Проанализировать систему значений и ценностей, эксплуатируемую в данном рекламном тексте.

2.1. Зафиксировать:

* Образы товара, его производства (в какой степени и для чего потребитель посвящается в процесс производства, эксплуатируется ли тематика заботы общества о человеке (Ж.Бодрийар) и т.д.);
* Специфику потребления товара (как изображается потребление, как представляется мотивация и логика потребителя, эксплуатируются ли ценности интеграции в общество или индивидуализации (Ж.Бодрийар).

2.2.Репрезентация окружающего мира и человека.

2.2.1. Качества пространства (природное или окультуренное, деревенское или городское, приватное или публичное, повседневное или праздничное, привычное или экзотическое и т.д.) и времени (быстрое или медленное, история или современность).

2.2.2. Облик человека (пол, возраст, жесты, внешность, одежда и т.д.): его репрезентация (целиком, частями) и означивание (спорт, эротика, мода и т.д.)

2.2.3. Модели поведения (обычное или необычное, приличное или неприличное, моральное или гедонистическое и т.д.)

3.Что является источником авторитетности данного текста?

* 1. Визуальные и вербальные средства конструирования дистанции между рекламой и потребителем (фокусировка камеры – крупный, средний, общий (крупный - интимность, общий – соц. дистанция) план, взгляд персонажа (прямо в глаза, в сторону), нейтральность/диалогичность текста и т.д.)
	2. Угол: фронтальный, верхний/нижний, вертикальный.
	3. «Достоверность» рекламного текста
* что представляется текстом как реальность?
* каков статус изображения (характер изображения (рисунок или фото, монтаж) с точки зрения оппозиции «вымысел – претензия» на отображение реальности?
* какие средства используются для создания ощущения «достоверности»: апелляции к науке (схемы, диаграммы, термины), к авторитетам и т.д.
* эстетические средства (изображение «сил природы», заключенных в продукте, человеческих потребностей и желаний и т.д.)
* источник авторитетности текста - мнение «всех», мнение обычного человека, мнение специалиста (эксперта), мнение знаменитого человека, «народная мудрость».
1. Какие из типов знаков присутствуют в данном тексте?
* иконические,
* индексные,
* символические
5. Какие коды задействованы в данном тексте?
5.1. Социальные (знание о «мире»):
* вербальный (лексические и фонетические средства и т.д.),
* телесный (формы телесного контакта, степень близости, внешность, выражение лица, жесты и т.д.),
* вещный (обстановка, технические приспособления, мода и т.д.),
* поведенческий (социальные роли, ритуалы, игры и т.д.)
	1. Технические (коды репрезентации) (знание о жанрах и медиумах)

5.3. Научные (формулы, диаграммы и т.д.),

5.4. Эстетические (использование тех или иных видов искусства и отсылки к стилям (романтизм, реализм и т.д.),

5.5. Жанровые и риторические (построение сюжета, фигуры аргументации и т.д.),

5.6. медиа-коды (фотография, ТВ, газеты и т.д. - задействованы ли значения, связанные с техническими средствами передачи информации?)

* 1. Интерпретативные (соотношение знаний о "мире" и знаний о жанрах и медиумах) (модели восприятия и идеологические конструкты - каковы условия адекватного прочтения текста, кем этот текст не будет воспринят и т.д.)

Рекомендации по выполнению анализа:
1)Необходимо отделить субъективные ощущения от объективных значений. Для этого осмыслить и понять, чем вызвано ваше восприятие рекламы; выделить максимальное количество значимых элементов в визуальном тексте е и соотнести их так, чтобы получилась связная система значений и смыслов, которая воплощается в рекламе.
Главная задача анализа - не оценка рекламного образа, цветовых решений, а их понимание.
2) Отказаться от взгляда потребителя рекламы – необходимо встать на позицию исследователя.
Анализируйте ценности (значения) и способы их представления, а не товар и правдивость его представления в рекламе. Это означает, что реклама для исследователя - это не "руководство к действию" и не способ "запудрить мозги", а создание/ретрансляция ценностей, значений, стилей жизни, которыми люди руководствуются/на которые люди ориентируются в своей жизни.

С точки зрения потребителей рекламного продукта, попробуйте ответить на вопросы:

● Какой смысл воспринят потенциальной целевой аудиторией в рекламной идее?

● Что они услышали?

● Выражает ли этот смысл идею бренда?

● Какие именно элементы бренда (атрибуты, выгоды, ценности) выражены в идее?

● Актуальна ли воспринятая идея для покупателей?

● Формирует ли реклама целостность восприятия образа (когда все элементы рекламы гармонично «работают» на решение задачи, не перетягивая одеяло с важной идеи на второстепенную)?

● Стимулирует ли эта идея интерес покупателя к бренду и желание купить его?
3) Разделяйте уровни анализа.
Пункты 1) и 2) предусматривают содержательный анализ рекламных текстов, то пункты 3) и 4) имеют в виду формальную характеристику средств коммуникации безотносительно к конкретному содержанию избранных вами для анализа текстов.
4) Обращайте внимание на взаимодействие визуального и словесного рядов рекламного текста, в частности, в связи с проблемой «закрепления» смысла (Р.Барт).

 **Список литературы**

1. Барт Р. Мифологии М., 2000.
2. Барт Р. Риторика образа//Его же. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994, С.297-319.
3. Бодрийяр Ж. Реклама//Система вещей. М., 1995, С.135-168.
4. Крейдлин Г.Е., Кронгауз М.А. Семиотика, или Азбука общения. Учебное пособие. М., 2004, С.64-115, 161-199.
5. Культурология. ХХ век. Энциклопедия. Т.1-2, Спб, 1998. Статья "Семиотика"
6. Морозова И. Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства. М. 2003.
7. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб., 1998, С.78-84,98-108,176-201.

**9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**9.1.Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю**) **«Визуальная социология»**

Итоговый контроль качества усвоения магистрантами содержания дисциплины проводится в виде зачета, на котором определяется:

* уровень усвоения магистрантами основного учебного материала по дисциплине;
* уровень понимания магистрантами изученного материала;
* способности магистрантов использовать полученные знания для решения конкретных задач.

Зачет проводится в устной форме и заключается в ответе магистрантом на теоретические вопроса курса (с предварительной подготовкой) и последующем собеседовании в рамках тематики курса. Собеседование проводится в форме вопросов, на которые магистрант должен дать краткий ответ.

* 1. **Критерии и шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенций:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Индикаторы компетенции** | Критерии оценивания |
| **Не зачтено** | **Зачтено** |
| **Полнота знаний** | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Могут быть допущены несущественные ошибки |
| **Наличие умений**  | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.Имели место грубые ошибки. | Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи, выполнены все задания. Могут быть допущены несущественные ошибки. |
| **Наличие навыков****(владение опытом)** | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.Имели место грубые ошибки. | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач.  Могут быть допущены несущественные ошибки. |
| **Мотивация (личностное отношение)** | Учебная активность и мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствуют | Проявляется учебная активность и мотивация, демонстрируется готовность выполнять поставленные задачи.  |
| **Характеристика сформированности компетенции** | Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение | Сформированность компетенции соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. |
| **Уровень сформированности компетенций** | Низкий | Средний/высокий |

**9.3. Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) «Визуальная социология», характеризующие сформированность компетенций**

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

1. Оценка выступлений на семинаре;
2. Оценка участия в диспутах;

Для оценивания результатов обучения в виде навыков и умений используются следующие процедуры и технологии:

* + - 1. Оценка за выполненную творческую работу (фотопроект);
			2. Оценка участия в групповых заданиях;

Промежуточная аттестация осуществляется при помощи традиционных форм контроля (собеседование на зачете).

**9.3.1. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю**), включающий перечень компетенций выпускников образовательной программы с указанием результатов обучения (знаний, умений, владений), характеризующих этапы их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Формируемые компетенции**(код компетенции, уровень освоения – при наличии в карте компетенции) | **Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций** | **Процедуры оценивания результатов обучения** |
| ОПК-2: Способность использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук | ЗНАТЬ:Основные концепции философии и социально-гуманитарных наукУМЕТЬ:Выделять, критически оценивать и систематизировать основные идеи в философских, социально-гуманитарных текстах. ВЛАДЕТЬ:Навыками анализа, систематизации и критического осмысления тенденций и направлений социально-гуманитарных наук Навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание, приемами ведения дискуссии и полемики, навыками публичной речи и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения.МОТИВАЦИЯ: Готов использовать основы философии и социально-гуманитарных наук при исследовании явлений культуры Готов систематизировать и критически оценивать основные идеи в философских, социально-гуманитарных текстах | *Доклады, групповые обсуждения и дискуссии**Практическое задание (задание к разделу 1 (Б), задание реконструктивного уровня)* |
| ОПК-3 Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала | ЗНАТЬ:Принципы подготовки, оформления и представления научных результатов;Технологию составления и оформления научно-технической документации и отчетов;Порядок предоставления результатов работы с учетом особенностей потенциальной аудитории.УМЕТЬ:Профессионально составлять научно-техническую документацию, отчеты; Грамотно оформлять научно-техническую документацию, отчеты; Предоставлять результаты работы с учетом особенностей потенциальной аудиторииВЛАДЕТЬ:Технологией составления и оформления научно-технической документации и отчетов, Навыками предоставления результатов исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудиторииМОТИВАЦИЯ:Готов быстро адаптироваться к изменению окружающей среды, решаемых задач, требований и должностных обязанностейСовершенствовать полученные знания по предоставлению результатов исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории | *Доклады, групповые обсуждения и дискуссии**Практическое задание (задание к разделу 2 (Б), задание реконструктивного уровня)* |
| ПК-3 способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования | ЗНАТЬ: основные научные принципы поиска информации; правила разработки методических подходов при решении научно-исследовательских задач.УМЕТЬ: определять возможности и ограничения теорий, методов, моделей в решении конкретных научно-исследовательских задач.ВЛАДЕТЬ: навыками применения новых теорий и методов для решения конкретных научно-исследовательских задач; навыки разработки новых методических подходов в соответствии с конкретными целями исследования.МОТИВАЦИЯ:Готов осваивать новые теории, модели, методы исследования в области социологии культурыГотов использовать навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования в области социологии культуры | *Доклады, групповые обсуждения и дискуссии**Практическое задание (задание к разделу 3,4 (Б), задание реконструктивного уровня )* |

**9.4.Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

* + 1. **КИМ к ПА в виде набора практических задач для оценки умений (компетенции).**

А) Выполнение фотопроекта.

Для успешной реализации проекта необходимо освоить теоретический материал по выбранной теме, поставить цель и задачи, выявить объекты и индикаторы наблюдения. При необходимости, выявить тенденции развития объекта, объяснить, почему выбранный сюжет наиболее полно иллюстрирует (и раскрывает) изучаемую тему. Презентуя сделанные фотографии, необходимо дать интерпретацию зафиксированных образов, выявить их структуру и сущность, объяснить социокультурные знаки и символы, проследить динамику социальных явлений, зафиксировать типичность явления или его девиантный характер. Примерные темы для фотопроектов:

* процесс урбанизация как социальное явление; динамика социокультурных процессов в городской среде (с использованием архивных фотографий, карт города);
* визуализация неравенства в Нижнем Новгороде (например, социальная и пространственная дифференциация населения, визуализация бедности и богатства, машины и автостоянки, районы, дома и внутренние интерьеры);
* визуализация социальных проблем (например, пьянство и бедность в городе, миграция, девиантное поведение, поведение на дороге и парковка.
* мода и престижное потребление как фактор социальной дифференциации;
* визуализация социальных института семьи и родительства (например, мужские и женские практики воспитания детей в общественных местах, образ отца и матери в современном городе);
* визуализация гендера в текстах масс медиа (например, тело современной женщины и современного мужчины в рекламе);
* визуализация статусов и ролей. Перечислите свои социальные статусы, сделайте сэлфи в различных статусах. Какие из них являются прирожденные и предписываемыми, а какие приобретенными; какие личными, а какие групповыми? Какой статус может считаться основным?
* проанализируйте сэлфи, размещенные в социальных сетях, с точки зрения концепции множественности «Я» Гоффмана.
* визуализация взаимодействия в повседневной жизни. Сфотографируйте невербальные способы общения.
	+ 1. **Задания для оценки сформированности компетенции «ОПК-2»** (Способность использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук)

**Практическое задание №1**

Найдите (сделайте) фотоснимки, характеризующие процессы макро и микро глобализации. Проанализируйте их.

**Практическое задание №2**

Проведите контентный и контекстный анализ старых (сер 20-го века и ранее) фотографий (возможный источник -www.adme.ru). Какое событие изображено? Кто создал фотографию и для кого? Опишите особенности внешнего облика, одежды, гендерные различия, атрибутику, символы.

* + 1. **Задания для оценки компетенции «ОПК-3» (**Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала)

**Практическое задание № 4.**

Картографическое исследование города. Социологический анализ памятников Нижнего Новгорода. Выделите основные социальные зоны Нижнего Новгорода и подкрепите свои выводы фотографиями. Как меняется город и почему? Какими факторами определяется социальное зонирование города?

**Практическое задание №5.**

Просмотрите телевизионный рекламный ролик. Дайте идеологический анализ ролика: какие социальные коды использованы на уровне реальности (внешность героев, жесты, окружающая обстановка и т.д.)? Как закодирован уровень репрезентации (музыкальное сопровождение, освещение, камера, графическое оформление и т.д.)? Как представлен идеологический уровень ролика? Какие социальные коды содержаться в самом драматическом конфликте (классовые, гендерные, национальные стереотипы), Какова целевая аудитория ролика? Какой образ реальности создает ролик? Какие ценности пропагандирует (на уровне товара и на уровне потребности)?

* + 1. **Контрольная работа для оценки компетенции «ПК-3» (**способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования)

**Практическое задание № 6**

Магистрантам предлагается выполнить серию фотографий (или использовать готовые снимки) в 15 значимых контекстов, представляющих собой типичные области социальной жизни, которые задают возможные темы для анализа визуальных данных. К контекстам относятся такие сферы, как: дом, работа, наука, религия, потребление, путешествия и т.д. В каждой из этих сфер выделяется шесть граней: личности, их действия и взаимодействия, коллективность, культура и окружение. Разложив визуальный текст на элементы в соответствии с указанными категориями анализа, исследователь не только описывает репрезентацию реальности, но и по внешним проявлениям раскрывает особенности культуры и структуры общества. Магистранты заполняют «Матрица визуальных данных».

**Практическое задание № 7**

Сделайте серию портретов молодежи (можно студентов ННГУ). Какие признаки свидетельствуют о принадлежности к определенной субкультуре? Опишите фон фотографии, позу и мимику фотографируемого, детали имиджа. Если на фото несколько человек, то какими чертами характеризуется их социальное взаимодействие? Можно ли сделать выводы об иерархии, самоопределении фотографируемых людей?

**Практическое задание № 8**

Семейные фотографии как социологическое отображение социального времени. Выберите несколько фотографий из своего семейного альбома, представляющие типичную ситуацию – день рождения, групповое семейное фото и т. п. постарайтесь выбрать фотографии, представляющие несколько поколений вашей семьи. Сделайте фото тех же членов семьи в таких же типичных обстановках. Сравните, что изменилось – во внешнем виде, в окружающей обстановке, в позах, выражениях лиц и т. д. что осталось неизменным? Какие общие выводы для всего общества можно сделать из этих снимков?

**3.3. Задания (оценочные средства), выносимые на зачет. Задачи для оценки компетенции «ОПК-2»**

**Практическое задание №1**

Гендерные стереотипы в глянцевых СМИ. Проанализируйте рекламу современных журналов. Какие невербальные методы передачи информации являются стереотипными для рекламы, направленной на мужскую и на женскую целевые аудитории? Существуют ли национальные гендерные стереотипы?

**Задания для оценки компетенции «ОПК-3»**

Классовый габитус и социальные коды в глянцевых СМИ. Проанализируйте рекламу современных журналов. Какие невербальные методы передачи информации являются стереотипными для рекламы, направленной на различные с точки зрения классовой стратификации целевые аудитории? Существуют ли классовые стереотипы?

**Задания для оценки компетенции «ПК-3»**

Национальный габитус и социальные коды в глянцевых СМИ. Проанализируйте рекламу современных журналов. Какие невербальные методы передачи информации являются стереотипными для рекламы, направленной на целевые аудитории разные национальностей? Существуют ли национальные стереотипы в сфере визуального кодирования?

**10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

* 1. **Основная литература**
1. Штомпка П. Визуальная социология. – М., 2010.
	1. **Дополнительная литература**
2. Гринев-Гриневич С. В. Основы семиотики: [Электронный ресурс] URL: http://znanium.com
3. Круткин В. Л. Гуманитарное знание в визуальной антропологии Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 4, 2013. [Электронный ресурс] URL: http://znanium.com
4. Петровская Е.В. Теория образа : [Электронный ресурс] URL: https://www.hse.ru/data/2013/12/11/1339153379/Петровская%20Е.В.%20-%20Теория%20образа%20(2010).pdf
5. Шалютина Н.В. Визуальная методология: основные концептуальные подходы // Вестник Нижегородского университета. Сер. Социальные науки, 2016, №3. [Электронный ресурс] URL: http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik\_soc/18115942\_2016\_-\_3(43)\_unicode/14.pdf
6. Штомпка П Теоретическая социология и социологическое воображение: [Электронный ресурс] URL:ecsocman.hse.ru

**1.3. Интернет-ресурсы**

**Электронные научно-образовательные ресурсы фундаментальной библиотеки ННГУ** (Для получения доступа необходимо пройти индивидуальную регистрацию в ФБ):

1. www.znanium.com
2. http://e.lanbook.com
3. www.biblio-online.ru

**Веб-адреса научно-исследовательских и аналитических центров:**

1. Портал «Экономика. Социология. Менеджмент» //http:www.ecsocman.ru
2. ФОМ – Фонд «Общественное мнение» //http://www.fom.ru/
3. ВЦИОМ – Всероссийский Центр изучения общественного мнения //http://wciom.ru
4. Левада-центр //www.levada.ru
5. ЦСПГИ – Центр социальной политики и гендерных исследований //www.socpolicy.ru
6. Институт социологии РАН //http://www.isras.ru

**Электронные архивы отечественных журналов по социологии:**

1. «Социологический ежегодник http://e.lanbook.com
2. Вопросы социологии //http://sociologos.net/voprosy\_sociologii
3. Социологический журнал //http://www.isras.ru/index.php?page\_id=33
4. Социологические исследования //http://www.isras.ru/socis.html
5. Социологическое обозрение //<http://www.intelros.ru/readroom/socoboz/>
6. Общественные науки и современность http://ecsocman.hse.ru

**Образовательные программы и проекты:**

1. Школа новых медиа — образовательная программа, созданная на базе Высшей школы экономики <http://www.new-media-school.ru>
2. Образовательный проект «Портал SocioLogos.ru» <http://www.sociologos.ru/>
3. Информационный ресурс посвящен методологическим и методическим особенностям социологических, социально-психологических и образовательных исследований <http://soc-research.info>
4. Образовательный портал Постнаука https://postnauka.ru/
5. **. ВОПРОСЫ ПО КУРСУ «ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ»**

|  |  |
| --- | --- |
| Вопрос  | Код компетенции *(согласно РПД)* |
| 1. Теоретические основы визуальной социологии.
 | ОПК-2 |
| 1. Основные концептуальные подходы: феноменология.
 | ОПК-2 |
| 1. Основные концептуальные подходы: этнометодология
 | ОПК-2 |
| 1. Основные концептуальные подходы: драматургическая социология.
 | ОПК-2 |
| 1. Фотография как объект социологического анализа: контексты и аспекты.
 | ПК-4 |
| 1. Фотография как дополнение к другим социологическим методам.
 | ОПК-3 |
| 1. Фотографический образ как предмет интерпретации
 | ПК-4 |
| 1. Социальные образы в визуальных СМИ
 | ОПК-3 |
| 1. Визуальные технологии и глобализация
 | ОПК-3 |
| 1. Социология визуального искусства
 | ПК-4 |

Надежда Владимировна **Шалютина**

ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ

*Учебно-методическое пособие*

**Федеральное государственное автономное**

**образовательное учреждение высшего образования**

**«Национальный исследовательский Нижегородский государственный**

**университет им. Н.И. Лобачевского»**

**603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23**