

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра социологии, общей и юридической психологии

УТВЕРЖДЕНА
учёным советом
Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол №2 от 15.09.2022 г.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Социальная структура, социальные институты и процессы

(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

ФТД. 04 «ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ»

(код и наименование дисциплины)

39.03.01 Социология

(код, наименование направления подготовки /специальности)

Очная

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2023 г.

Волгоград, 2022 г.

Автор-составитель:

Кандидат социологических наук, доцент кафедры
социологии, общей и юридической психологии

М.Ю. Болдина

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой социологии, общей и юридической
психологии, доктор социологических наук, доцент

А.Л. Кузеванова

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание) (Ф.И.О.)

РПД ФТД.04 «Визуальная социология» одобрена на заседании кафедры социологии, общей и юридической психологии. Протокол от 31 августа 2022 года № 1

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	12
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	14
6.1. Основная литература.....	14
6.2. Дополнительная литература	14
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	14
6.4. Нормативные правовые документы.....	14
6.5. Интернет-ресурсы.....	14
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	15

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Осваиваемые компетенции

Дисциплина ФТД.04 «Визуальная социология» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-6	способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	ПКс -6.2	способность использовать методы сбора и обработки комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности

1.2. Результаты обучения

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
формирование профессиональных действий, связанных с анализом, интерпретацией данных социологических и маркетинговых исследований	ПК -6.2	На уровне знаний: визуальная информация, виды визуальной информации, визуальные представления, визуальное проявление, визуальное воображение
		На уровне умений: применять на практике социологические методики анализа и интерпретации визуальной информации (изображений); применять фотографии или другие изображения в исследовательском интервью.
		На уровне навыков: владеть современными методами сбора, обработки и анализа визуальной информации.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина ФТД.04 «Визуальная социология» принадлежит к блоку факультативы. В соответствии с учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 3 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 1 ЗЕ (36 часов).

Учебная дисциплина ФТД.04 «Визуальная социология» реализуется после изучения: Б1.В.ОД.1 Социология конфликтов, Б1.Б.15 Современные социологические теории.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 16 часов и на самостоятельную работу обучающихся – 16 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3.

Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
<i>3 семестр</i>								
Тема 1	Визуальный поворот в социологии	8	2	-	2	-	4	О
Тема 2	Социологические методы анализа визуальной информации	8	2	-	2	-	4	О, Р
Тема 3	Фотография как дополнение к социологическим методам	8	-	-	2	-	4	О, Т
Тема 4	Гендерные репрезентации в визуальных исследованиях	7	2	-	2	-	2	О, Р
Тема 5	Фотографический образ как предмет интерпретации	5	2	-	-	-	2	О, Т
Промежуточная аттестация		4	-	-	-	-		зачет
Всего:		36	8	-	8	-	16	1 ЗЕ

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), реферат (Р)

3.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Визуальный поворот в социологии

От лингвистического поворота к визуальному. Теоретические основы визуальной социологии: визуальные представления, визуальное проявление, визуальное воображение. Визуальная реальность как культурный конструкт. Социально ориентированная фотография. Фотография глазами социолога. Фотография и социологическая теория. Социология фотографии. Связь фотографии и «модерности». Визуальные данные социологии. Предмет визуальной социологии.

Тема 2. Социологические методы анализа визуальной информации

Традиционные эмпирические исследования и метод фотовыявления. Включение фотографии или другого изображения в исследовательское интервью. Фотографии как стимул к интервью. Интервью с интерпретацией фотографий (фотографическое интервью). Полисемичный (непостоянный) характер понимания значения изображений. Тематические блоки фотовыявления: социальный класс / социальная организация (семья); местное сообщество; идентичность; культура. Фотоотклик.

Тема 3. Фотография как дополнение к социологическим методам

Фотография как дополнение к социологическим методам: метод изучения личных документов, наблюдение, анализ содержания визуальных материалов. Методы анализа содержания (контента) визуального текста (иконологический анализ; контент-анализ,

сопоставительный анализ). Методы анализа контекста визуальных данных (опросные методы, дискурсивный анализ, партисипаторные методы), позволяющие получить информацию о производств визуального текста и потреблении.

Тема 4. Гендерные репрезентации в визуальных исследованиях

Гендерные роли и образы в современном российском медиа-дискурсе. Образы мужественности и женственности в различных обществах. Гендерные стереотипы в современной отечественной рекламе. Гендерные стереотипы, репрезентируемые глянцевого журналов. Визуальные исследования: личности, социальные группы, социальная стратификация, молодежные субкультуры, религиозные культы.

Тема 5. Фотографический образ как предмет интерпретации

Теоретические аспекты визуальной социологии: феноменологическая социология, этнометодология, драматургическая социология. Герменевтический анализ визуальных данных. Семиотическая и структурная интерпретация визуальных данных. Дискурсивная интерпретация визуальных данных.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

В ходе реализации дисциплины ФТД.04 «Визуальная социология» используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
Тема 1	Визуальный поворот в социологии	Устный опрос
Тема 2	Социологические методы анализа визуальной информации	Устный опрос, реферат
Тема 3	Фотография как дополнение к социологическим методам	Устный опрос, письменный тест
Тема 4	Гендерные репрезентации в визуальных исследованиях	Устный опрос, реферат
Тема 5	Фотографический образ как предмет интерпретации	Устный опрос, письменный тест

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1. Визуальный поворот в социологии.

Вопросы устного опроса:

1. Назовите основные причины перехода от лингвистического поворота к визуальному.
2. Каково соотношение: визуальные представления, визуальное проявление, визуальное воображение?
3. Проведите сравнительный анализ виртуального и визуального.
4. Назовите характеристики визуальной реальности, почему ее называют культурным конструктом?

Типовые оценочные материалы по теме 2. Социологические методы анализа визуальной информации

Вопросы устного опроса:

1. В чем особенность традиционных эмпирических исследований и метода фотовывявления?
2. Почему фотографию называют стимулом к интервью?
3. В чем специфика фотографического интервью?
4. В чем заключен полисемичный (непостоянный) характер понимания значения изображений?
5. Что такое фотоотклик? Приведите примеры.

Темы рефератов:

1. Специфика метода фотографии как стимула к интервью
2. Полисемичный (непостоянный) характер понимания значения изображений
3. Блоки фотовывявления: социальный класс / социальная организация (семья); местное сообщество; идентичность; культура.

Типовые оценочные материалы по теме 3. Фотография как дополнение к социологическим методам.

Вопросы устного опроса:

1. В чем особенность фотографии как дополнения к социологическим методам?
2. В чем специфика метода анализа содержания (контента) визуального текста?
3. Что такое иконологический анализ?
4. Что такое сопоставительный анализ?
5. В чем заключаются методы анализа контекста визуальных данных, позволяющие получить информацию о производстве визуального текста и потреблении?

Вопросы для тестирования:

1. Какой из этапов не входит в систему «РЕЙС»?

- а) разработка программы и сметы
- б) выбор PR-агентства и разработка PR-обращения
- в) исследование и анализ задач

2. Какое из направлений деятельности службы PR не входит в работу с сотрудниками фирмы?

- а) разработка и выполнение фирменных стандартов
- б) участие в подборе персонала
- в) определение имиджа фирмы

3. Цель PR – кампании:

- а) убедить людей изменить свое мнение по какому-либо поводу
- б) создать благоприятное общественное мнение и завоевать расположение потребителей
- в) ликвидация конфликтов, недоразумений, борьба с нежелательными слухами относительно организации и ее деятельности

4. Беседа в форме вопросов-ответов, между человеком, владеющим информацией, и журналистом?

- а) анкетирование
- б) интервью
- в) репортаж
- г) опрос

Ключ: 1-2, 2-1, 3-4, 4-1

Типовые оценочные материалы по теме 4. Гендерные репрезентации в визуальных исследованиях

Вопросы устного опроса:

1. Расскажите о гендерных стереотипах, репрезентируемых глянцевыми журналами.
2. Приведите примеры визуальных исследований: личности, социальные группы, социальная стратификация, молодежные субкультуры, религиозные культы.

Темы рефератов:

1. Гендерные роли и образы в современном российском медиа-дискурсе.
2. Образы мужественности и женственности в различных обществах.
3. Гендерные стереотипы в современной отечественной рекламе.

Типовые оценочные материалы по теме 5. Фотографический образ как предмет интерпретации

Вопросы устного опроса:

1. В чем особенность феноменологической социологии?
2. Почему ее относят к визуальным исследованиям?
3. Как визуальные исследования могут осуществляться в этнометодологии и драматургической социологии?
4. В чем заключается герменевтический анализ визуальных данных?
5. Что из себя представляет семиотическая и структурная интерпретация визуальных данных?

Вопросы для тестирования:

1. Показатель медиапланирования, указывающий процент взаимодействия аудитории с носителем рекламной информации:

- А. Частота экспозиции
- Б. Ротация
- В. Фандрейзинг
- Г. Промоушн

2. Контакттор – это:

- А. Специалист пресс-службы, взаимодействующий со средствами массовой информации
- Б. Сотрудник рекламного агентства представляющий интересы клиента в агентстве, ведущий его проекты
- В. Разъездной представитель торговой фирмы
- Г. Носитель рекламы по месту продажи

3. Что такое фандрейзинг?

- А. Сбор средств на реализации социально значимых проектов
- Б. Создание и поддержание необходимых условий для привлечения средств
- В. Информирование широкой общественности о миссии организации
- Г. Использование социальных льгот некоммерческими организациями

4. Целевая аудитория – это?

- А. Группа людей, объединенных общей целью
- Б. Группа людей, в отношении которых у организации имеется конкретная цель
- В. Группа людей, объединенных приверженностью к определенной марке товара

(бренду)

Г. Группа людей, опрошенных в ходе количественного исследования

Ответы: 1.в, 2.а, 3.а,б, 4. Б

Шкала оценивания

Устный опрос

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации информации в области финансов.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике, владеет навыками анализа и систематизации информации в области финансов
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике в отдельных сферах профессиональной деятельности, владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области финансов
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет использовать полученные знания для решения основных практических задач в отдельных сферах профессиональной деятельности, частично владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области финансов
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, не умеет применять полученные знания на практике, не владеет навыками анализа и систематизации информации в области финансов

Тестирование

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\% ,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

О – общее количество вопросов в тесте.

Проверка кейса

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при проверке кейса во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проверке кейса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

При оценивании результатов решения кейса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.

менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
-----------	---

Решение задач

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при решении задач во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при решении задач, является количество верно решенных задач. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам решения задач, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\% ,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам решения задач;

В – количество верно решенных задач;

О – общее количество задач.

Решение ситуационной задачи

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выполнении ситуационной задачи во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %.

Критериями оценивания является сбор и обобщение необходимой информации, правильное выполнение необходимых расчетов, достоверность и обоснованность выводов.

При оценивании результатов решения ситуационной задачи используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, умеет собирать и обобщать необходимую информацию, правильно осуществляет расчеты, делает обоснованные выводы
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, может собрать большую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом незначительные ошибки
74% - 60%	Учащийся демонстрирует знание некоторой части основных теоретических положений, может собрать некоторую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом ошибки
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, умений и навыков в рамках осваиваемой компетенции.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Методы проведения зачета

Зачет проводится с применением следующих методов: метод выполнения практических контрольных заданий.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-6.2. способность использовать методы сбора и обработки комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	Обрабатывает социальную информацию для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности.	Качественно обрабатывает социальную информацию для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности.

Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

Практические контрольные задания

1. Нарисуйте словесный социологический портрет «героя нашего времени», основываясь на телерекламе
2. Нарисуйте словесный социологический портрет «героя нашего времени», основываясь на современных художественных фильмах отечественного производства.
3. Проанализируйте характеристики социально-бытовой среды различных слоев российского общества, изображаемой в современных художественных фильмах отечественного производства.
4. Выявите структуру конкурентного предложения товаров и услуг, основываясь на анализе наружной рекламы в Волгограде.
5. Проанализируйте молодежную моду в одежде, с точки зрения заложенных в ней смысловых кодов. Какие ценности транслирует внешний облик современных молодых людей.

Шкала оценивания

Для дисциплин, формой итогового отчета которых является зачет, принять следующие соответствия:

60% - 100% - «зачтено»;

менее 60% - «не зачтено».

Установлены следующие критерии оценок:

100% - 90% (отлично)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
89% - 75% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
74% - 60% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает всебя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки

специалистов. Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.б.

«Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно- методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС
1	2	3
1	Визуальный поворот в социологии	Социология фотографии. Связь фотографии и «модерности».
2	Социологические методы анализа визуальной информации	Полисемичный (непостоянный) характер понимания значения изображений.
3	Фотография как дополнение к социологическим методам	Методы анализа контекста визуальных данных (опросные методы, дискурсивный анализ, партисипаторные методы).
4	Гендерные репрезентации в визуальных исследованиях	Визуальные исследования: личности, социальные группы, социальная стратификация, молодежные субкультуры, религиозные культы.
5	Фотографический образ как предмет интерпретации	Герменевтический анализ визуальных данных. Семиотическая и структурная интерпретация визуальных данных.

Рекомендации по работе с литературой

При работе с литературой необходимо обратить внимание на следующие вопросы. Основная часть материала изложена в учебниках, включенных в основной список литературы рабочей программы дисциплины. Основная и дополнительная литература предназначена для повышения качества знаний студента, расширения его кругозора.

При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Кравченко, С. А. Социология в 2 т. Т. 1. Классические теории через призму социологического воображения : учебник для академического бакалавриата / С. А. Кравченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 584 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3823-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507884> (дата обращения: 02.06.2023).

2. Кравченко, С. А. Социология в 2 т. Т. 2. Новые и новейшие социологические теории через призму социологического воображения : учебник для вузов / С. А. Кравченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 636 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16542-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531266> (дата обращения: 02.06.2023).

7.2. Дополнительная литература

1. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : учебное пособие для вузов / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 473 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11377-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513583> (дата обращения: 02.06.2023).

2. Социальное пространство современного города : монография / Г. Б. Кораблева [и др.] ; под редакцией Г. Б. Кораблевой, А. В. Меренкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 250 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-06510-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493488> (дата обращения: 02.06.2023).

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Б.и., 1993.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации
3. Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".
4. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

7.4. Интернет-ресурсы, справочные системы

1. Официальный сайт Правительства РФ - <http://government.ru/activities/>
2. СПС «Консультант Плюс» - <https://www.consultant.ru/sys/?ysclid=liqfzwi0e9636125108>

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроеционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддерживается соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления - филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра социологии, общей и юридической психологии

УТВЕРЖДЕНА
учёным советом
Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол №2 от 23.09.2022 г.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Социальная структура, социальные институты и процессы

(наименование образовательной программы)

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

ФТД.04 «ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ»

(код и наименование дисциплины)

39.03.01 Социология

(код, наименование направления подготовки /специальности)

Очная

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2023 г.

Волгоград, 2022 г.

1. Вопросы к зачету

1. От лингвистического поворота к визуальному.
2. Теоретические основы визуальной социологии: визуальные представления, визуальное проявление, визуальное воображение.
3. Визуальная реальность как культурный конструкт.
4. Социально ориентированная фотография.
5. Традиционные эмпирические исследования и метод фотовыявления.
6. Фотографии как стимул к интервью. Интервью с интерпретацией фотографий (фотографическое интервью).
7. Полисемичный (непостоянный) характер понимания значения изображений.
8. Тематические блоки фотовыявления: социальный класс / социальная организация (семья); местное сообщество; идентичность; культура.
9. Фотография как дополнение к социологическим методам: метод изучения личных документов, наблюдение, анализ содержания визуальных материалов.
10. Методы анализа содержания (контента) визуального текста (иконологический анализ; контент-анализ, сопоставительный анализ).
11. Методы анализа контекста визуальных данных (опросные методы, дискурсивный анализ, партисипаторные методы).
12. Образы мужественности и женственности в различных обществах.
13. Гендерные роли и образы в современном российском медиа-дискурсе.
14. Гендерные стереотипы в современной отечественной рекламе.
15. Гендерные стереотипы, репрезентируемые гляцевых журналах.
16. Визуальные исследования: личности, социальные группы, социальная стратификация, молодежные субкультуры, религиозные культы.
17. Теоретические аспекты визуальной социологии: феноменологическая социология
18. Возможности этнометодологии и драматургической социологии в визуальных исследованиях.
19. Герменевтический анализ визуальных данных.
20. Семиотическая и структурная интерпретация визуальных данных.
21. Дискурсивная интерпретация визуальных данных.

2. Тестовые материалы

1. Какой из этапов не входит в систему «РЕЙС»?

- а) разработка программы и сметы
- б) выбор PR-агентства и разработка PR-обращения
- в) исследование и анализ задач

2. Какое из направлений деятельности службы PR не входит в работу с сотрудниками фирмы?

- а) разработка и выполнение фирменных стандартов
- б) участие в подборе персонала
- в) определение имиджа фирмы

3. Цель PR – кампании:

- а) убедить людей изменить свое мнение по какому-либо поводу
- б) создать благоприятное общественное мнение и завоевать расположение потребителей
- в) ликвидация конфликтов, недоразумений, борьба с нежелательными слухами относительно организации и ее деятельности

4. Беседа в форме вопросов-ответов, между человеком, владеющим информацией, и журналистом?

- а) анкетирование

- б) интервью
- в) репортаж
- г) опрос

5. Что не относится к формальным методам исследования?

- А. Фокус-группы
- Б. Опросы
- В. Глубинные интервью
- Г. Контент-анализ

6. Целевая аудитория – это?

- А. Группа людей, объединенных общей целью
- Б. Группа людей, в отношении которых у организации имеется конкретная цель
- В. Группа людей, объединенных приверженностью к определенной марке товара (бренду)
- Г. Группа людей, опрошенных в ходе количественного исследования

7. Слоган - это:

- А. Обозначение товарного знака
- Б. Словосочетание, кратко выражающее содержание обращения, эмоционально заряженное
- В. Процесс разработки фирменного наименования
- Г. Разработка рекламного сообщения о деятельности компании

8. Что такое презентация?

- А. Представление какой-либо фирмы или отдельной услуги, продукции общественности
- Б. Мероприятие, служащее средством общения и решения актуальных вопросов
- В. Мероприятие, организуемое компанией, сочетающее в себе отдых и обмен мнениями
- Г. Организация рассылки рекламных сообщений посредством Интернет

9. Информационный повод - это?

- А. Утечка значимой конфиденциальной информации
- Б. Независимость от средств массовой информации
- В. Событие, способное заинтересовать публику и при определенных условиях создать информационное сообщение

Работа с мнениями самых широких слоев общественности

10. Билборд - это:

- А. Реклама, вкладываемая в книгу, журнал, каталог в виде закладки
- Б. Рекламный щит, установленный, как правило, на магистралях дорог
- В. Вид рекламы в Интернете
- Г. Система подсветки для световых букв

1. Показатель медиапланирования, указывающий процент взаимодействия аудитории с носителем рекламной информации:

- А. Частота экспозиции
- Б. Ротация
- В. Фандрейзинг
- Г. Промоушн

2. Контакттор – это:

- А. Специалист пресс-службы, взаимодействующий со средствами массовой информации
- Б. Сотрудник рекламного агентства представляющий интересы клиента в агентстве, ведущий его проекты
- В. Разъездной представитель торговой фирмы

Г. Носитель рекламы по месту продажи

3. Что такое фандрейзинг?

- А. Сбор средств на реализации социально значимых проектов
- Б. Создание и поддержание необходимых условий для привлечения средств
- В. Информирование широкой общественности о миссии организации
- Г. Использование социальных льгот некоммерческими организациями

4. Целевая аудитория – это?

- А. Группа людей, объединенных общей целью
- Б. Группа людей, в отношении которых у организации имеется конкретная цель
- В. Группа людей, объединенных приверженностью к определенной марке товара (бренду)
- Г. Группа людей, опрошенных в ходе количественного исследования

5. Слоган - это:

- А. Обозначение товарного знака
- Б. Словосочетание, кратко выражающее содержание обращения, эмоционально заряженное
- В. Процесс разработки фирменного наименования
- Г. Разработка рекламного сообщения о деятельности компании

6. Что такое презентация?

- А. Представление какой-либо фирмы или отдельной услуги, продукции общественности
- Б. Мероприятие, служащее средством общения и решения актуальных вопросов
- В. Мероприятие, организуемое компанией, сочетающее в себе отдых и обмен мнениями
- Г. Организация рассылки рекламных сообщений посредством Интернет

7. Информационный повод - это?

- А. Утечка значимой конфиденциальной информации
- Б. Независимость от средств массовой информации
- В. Событие, способное заинтересовать публику и при определенных условиях создать информационное сообщение
- Г. Работа с мнениями самых широких слоев общественности

8. Билборд - это:

- А. Реклама, вкладываемая в книгу, журнал, каталог в виде закладки
- Б. Рекламный щит, установленный, как правило, на магистралях дорог
- В. Вид рекламы в Интернете
- Г. Система подсветки для световых букв

9. Референтная группа – это?

- А. Группа, оказывающая прямое или косвенное влияние на отношение или поведение человека
- Б. Группа наемных работников, участвующих в промо-акциях
- В. Число представителей целевой аудитории, вступивших в контакт с конкретным средством массовой информации
- Г. Группа людей, чья деятельность предполагает намеренную или ненамеренную публичность и вызывает интерес со стороны средств массовой информации

10. Какой из принципов был провозглашен С. Блэком?

- А. необходимость создания такой организации, которая смогла бы возглавить компанию и объединить людей

- Б. опора на объективные закономерности массового сознания, отказ от манипулятивных попыток выдавать желаемое за действительное
- В. постоянное и непрерывное воздействие на общественное мнение по любым каналам

3. Открытые задания

Практические контрольные задания

1. Нарисуйте словесный социологический портрет «героя нашего времени», основываясь на телерекламе
2. Нарисуйте словесный социологический портрет «героя нашего времени», основываясь на современных художественных фильмах отечественного производства.
3. Проанализируйте характеристики социально-бытовой среды различных слоев российского общества, изображаемой в современных художественных фильмах отечественного производства.
4. Выявите структуру конкурентного предложения товаров и услуг, основываясь на анализе наружной рекламы в Волгограде.
5. Проанализируйте молодежную моду в одежде, с точки зрения заложенных в ней смысловых кодов. Какие ценности транслирует внешний облик современных молодых людей.
6. Проанализируйте фотографии №5, №6, №7. Эти фотографии взяты из журналов [Glamour](#), [ELLE](#), [Cosmopolitan](#). Используйте следующую схему для анализа:
 - Отличаются ли изображения женщин, в зависимости от журнала?
 - Какие стереотипы женственности отображены на фотографиях?
 - Есть ли в них что-то новое, отходящее от стереотипов образа женщины?
7. Проанализируйте фотографии №8, №9, №10. Эти фотографии взяты из журнала [Forbes](#). Ответьте на вопросы:
 - Какие элементы языка тела, мимики, позиции являются сигналами высокого статуса фотографируемых - богатства, власти, славы?
 - Какие элементы одежды, внешнего вида, замеченных на снимках реквизитов являются проявлениями снобизма данной среды, стилем жизни?
8. Составьте подробный план анализа фотографии №11, №12, №13 из журналов *Esquire*, *Men's Heals*, *Maxim*.
9. Ознакомьтесь с фотографией № 14. Проанализируйте фотографию, ответив на следующие вопросы:
 - Кто изображен на фотографии?
 - Что происходит?
 - Какова эмоциональная окраска происходящего?
 - К какому времени относится данная фотография?
 - В каком месте она была сделана?
10. Проанализируйте фотографию № 19 по следующему плану:
 - Действующее лицо на фотографии.
 - Содержание действия.
 - Эмоциональная окраска происходящего.

- Время создания данной фотографии.
- Место создания данной фотографии.

11. Фотография № 15 была опубликована в журнале. Попробуйте сформулировать, с какой подписью или кратким комментарием была опубликована данная фотография? Что происходит на запечатленной ситуации? Что происходило ранее? Что произойдет после? Какова эмоциональная окраска происходящего? К какому времени относится данная фотография? В каком месте она была сделана? По каким признакам Вы это определили?

12. Рассмотрите фотографию № 16. На ней запечатлены похороны В. Высоцкого. Найдите на фотографии символы духа времени. Определите по фотографии значение личности В. Высоцкого для людей этого времени. Проанализируйте социально-демографический состав поклонников барда.

13. Фотография № 18 относится к хронике событий, связанных с землетрясением в Армении в 1988 году. Комментарий фотографа: «Главный инженер швейной фабрики. Его выкапывали из завалов разрушенной фабрики 2,5 часа, все это время я стоял под качающейся плитой на торчащей балке. Понятно, что за два с половиной часа я мог наснимать массу фотографий, но какая-то сила держала меня на этом небезопасном месте. Три, четыре кадра – все что я успел снять со своей позиции. Мог ничего не снять. И все-таки это один из лучших кадров вот в этой серии. Вот кто мне помог? Я склонен думать на Него. Ну да, а может быть просто так получилось.». На примере создания данной фотографии проанализируйте морально-этические проблемы работы фотожурналистов.

14. Фотография № 17 относится к хронике событий, связанных с землетрясением в Армении в 1988 году. Комментарий фотографа: «Списки людей, которых нашли и сумели опознать. Они висят на стекле – пресс-центр там импровизированный в каком-то здании – и вот люди все время подходят, читают». Сформулируйте свой комментарий в 3-4 предложения к данной фотографии, с которым Вы опубликовали бы ее в журнале.

15. Ознакомьтесь с Фотографией №20. Проведите герменевтическую интерпретацию изображения:

- Что мы можем подумать об этих людях? Кто есть кто, какова их профессия, чем они занимаются?
- В какой стране сделан снимок, каковы видимые знаки местной культуры?
- В каких социальных контекстах находятся различные отображенные на снимке люди: развлечения, потреблении пищи, работы, службы?
- К какому времени относятся события, изображенные на фотографии?

16. Проведите герменевтическую интерпретацию фотографии №21 по следующему плану:

- Личность человека на снимке, его профессия,.
- Знаки местной культуры.
- Действие изображенного на снимке в данный конкретный момент времени.
- Предполагаемое время события, изображенных на фотографии.

17. Проанализируйте фотографию №1 по следующей схеме:

- Какой является денотация снимка: что он представляет?
- Какой является коннотация: какие ассоциации вызывает?
- Какого типа знаки имеются на снимке?
- Какие формы взаимодействия можно заметить?
- Представляет ли фотография какую-либо мысль, идею, убеждения изображенных лиц?
- Реализуют ли люди на снимке какие-либо правила, нормативные образцы, ценности?
- Проявляются ли какие-либо формы неравенства или другого общественного расслоения?

18. Ознакомьтесь с фотографией №2 . Автор данной фотографии И. Гаврилов дает ей следующее пояснение: «Это начало 80-х. Девушки на снимке – модели конкурса, им сушат прически вот под этим прекрасным плакатом. Самое интересное то, что этот снимок был опубликован в журнале «Огонек» в те годы, до перестройки, но несколько

скадрированный. Главный художник вынес из кабинета большие ножницы длиной сантиметров 20 и отрезал плакат». Дайте развернутое аргументированное объяснение действиям главного художника. Опишите культурно-исторический контекст, послуживший причиной данных действий.

19. Озаглавьте фотографию №3. Проанализируйте события советского прошлого, которые она отображает.

20. Охарактеризуйте визуальный образ «Рыночная торговка советского времени» по фотографии №4 .