

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

“ЗАТВЕРДЖУЮ”



Проректор з науково-педагогічної роботи

Олександр ГОЛОВКО

“31”серпня 2022 р.

Робоча програма міжфакультетської дисципліни

Візуальна культура соціальних мереж
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ перший бакалаврський рівень _____

галузь знань _____ всі _____
(шифр і назва)

спеціальність _____ всі _____
(шифр і назва)

освітня програма _____ всі _____
(шифр і назва)

спеціалізація _____ всі _____
(шифр і назва)

вид дисципліни _____ за вибором (міжфакультетська) _____
(обов'язкова / за вибором)

факультет _____ всі _____

2022 / 2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою факультету
"15" червня 2022 року, протокол № 7

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Калашнікова Аліна Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри
прикладної соціології та соціальних комунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри
прикладної соціології та соціальних комунікацій
Протокол від "27" квітня 2022 року № 3

В. о. завідувача кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій



Віль БАКІРОВ
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету

Протокол від "21" червня 2022 року № 10.

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету



Юлія СОРОКА
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Предметом вивчення навчальної дисципліни є реалізація соціальної комунікації у соціальних мережах у її взаємозв'язку та взаємодії із ширшим соціокультурним контекстом візуальної культури

Програма навчальної дисципліни складається з таких розділів:

1. Витоки візуальної культури
2. Візуальні артефакти і практики соціальних мереж
3. Соцмережі як простір візуалізації соціального

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є:

навчитися розглядати візуальні артефакти в комунікації (включаючи свою власну комунікацію в мережах) в їх зв'язку і взаємодії з культурними, соціальними, історичними та ін. феноменами більшого масштабу.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

Ознайомити студентів з методологією і прикладами гуманітарних досліджень візуального,

розглянути різноманітність візуальних артефактів в просторі інтернет-комунікації,

проаналізувати комунікативні феномени, що виникають через і завдяки соціальним мережам,

сформувані навички самостійного дослідження інтернет-комунікації в соціальних мережах та її візуальних форм зокрема за допомогою соціологічної оптики.

1.3. Кількість кредитів – 3

1.4. Загальна кількість годин – 90

1.5. Характеристика навчальної дисципліни: міжфакультетська вибіркова
Денна форма навчання
Рік підготовки -2-й, 3-й
Семестр – 3-й, 5-й
Лекції – 32 год.
Практичні, семінарські – 0 год.
Лабораторні – 0 год.
Самостійна робота – 58 год.
Індивідуальні завдання – 0 год.

1.6. Студенти мають досягти таких результатів навчання:

1.6.1 Набути загальних компетентностей	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях Здатність бути критичним і самокритичним Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію Уміння відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді
1.6.2 Набути предметних компетентностей	Здатність застосовувати візуалістичний підхід до аналізу конкретних проявів соціальної комунікації, зокрема в соціальних мережах Інтернету Здатність орієнтуватися у видах і формах візуальних продуктів різноманітних спільнот Здатність аналізувати феномени й артефакти комунікації в соціальних мережах Інтернету
1.6.3 Демонструвати програмні результати навчання	Вміння аналізувати використання візуальних артефактів, у тому числі у власних комунікативних практиках Вміння створювати, визначати і критично аналізувати дискурси, що створюються візуальними повідомленнями в соціальних мережах Інтернету

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

0. Простір візуальної культури

Поняття культури. Види і форми культури. Трактатування поняття «візуальна культура». Теоретико-методологічні підходи до дослідження візуального. Інтерпретативна і нерепрезентативна парадигми. Візуальне і вербальне. Внесок структуралізму в дослідження візуального.

1. Від татування до YouTube, або Візуальні артефакти у соціальній комунікації

Основні віхи становлення (візуальної) комунікації. Трансформації комунікації за М. Маклюеном. Теоретико-методологічні основи вивчення сучасного стану візуальної

культури в соціології (Д. Белл, Ж.-Ф.Ліотар, М. Кастельс, П. Друкер, Ж.Бодрийяр). Час, простір, образ: трансформація соціальних смислів.

Візуальний образ і стадії його формування. Типологія візуальних образів. Соціальні функції візуального образу. Візуальні образи і соціальна пам'ять.

2. Двері сприйняття, або Біологічні, соціальні і технологічні фактори примату візуального

Біологічні і інкорпоровані фактори візуального сприйняття. Соціальні (конвенційні) фактори візуального сприйняття. Сучасне суспільство і виробництво візуальних образів: логіка, швидкість, техніка, авторство, віртуальність.

3. Мати чи бути, або Тіло як артефакт у віртуальному просторі

Віртуальне тіло як візуальний артефакт. Відмінності і подібності візуальної репрезентації тіла в фізичному і віртуальному просторах. Свобода і влада дискурсу (М. Фуко) в конструюванні віртуального тіла. Візуальна репрезентація ідентичностей. Значимість візуального досвіду віртуальності.

4. Походження видів, або Категорії і жанри візуальних артефактів у соцмережах

Класифікації артефактів віртуальної комунікації (тип, тематика, спрямованість). Мемі як вид візуальної комунікації. Форми і специфіка.

Функції та дисфункції мемів.

5. Instagram, на який ми заслуговуємо, або Фотографія в інтернет-комунікації

Фотографія. Соціальні функції фото.

Роль і значення аватарів. Аналіз і типології аватарів в соцмережах.

Особливості соціальної комунікації в Instagram.

6. Теорія «великого вибуху» віртуальної реальності, або Ігри, які грають в людей

Класифікація ігор по Р. Кайуа. Місце MMOI в цій класифікації

Характеристики MMOI Соціальні функції та дисфункції MMOI.

MMORPG як особлива візуальне середовище. Практики гравця в MMOI. Соціальний портрет гравця. MMOI як гіперреальність.

7. Колиска для котиків, або Інтернет як простір культурного виробництва (відеоблоги як культура невербальної псевдоприсутності)

Відеоблогінг в оптиці теорії суспільства спектаклю (Гі Дебор). Відеоблогінг: функції, особливості, жанри.

8. Кіноіндустрія в епоху Web: гордість і упередження і роботи

Особливості кіно в цифрову епоху. Технологія (pro) (contra) кіно.

9. It's Alive: Монстр анімації

Особливості мультиплікації як медіа. Мультфільми дитячі та недитячі

Манипулятивний і соціалізаційний потенціал блогів, кіно і мультфільмів.

10. Вже не торт: мистецтво після візуальної культури

Традиційне мистецтво в Інтернеті. Особливості нет-арту. Віртуальність і час: нейромережі і творчість. Візуальне і пам'ять.

11. Чому не можна просто так взяти і вийти з Facebook, або Механізми поширення і впливу кумедних картинок та відео

Види, властивості, особливості соціального капіталу. Культурний капітал і преференційне приєднання. Розрізнення як (візуальне) кодування і декодування. Довіра в мережі. Способи її формування та утримання.

12. Назад у майбутнє, або Інтернет речей і мережеві структури соціального

Соціальні мережі офф- і онлайн. Структура мережевих спільнот
Концепція мереж М. Грановеттера. Теорія графів і моделювання соціальних мереж. Мережеві властивості Інтернету і його сегментів. «Хаби», «мости» і поширення інформації. Трансформації мережевих зв'язків.
«Матеріальний поворот». Мережі і речі.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Годин
0. Візуальна культура як поле дослідження (вступна лекція)	2
1. Від татуювання до YouTube, або Візуальні артефакти у соціальній комунікації	4
2. Двері сприйняття, або Біологічні, соціальні і технологічні фактори примату візуального	2
3. Мати чи бути, або Тіло як артефакт у віртуальному просторі	2
4. Походження видів, або Категорії і жанри візуальних артефактів у соцмережах	2
5. Instagram, на який ми заслуговуємо, або Фотографія в інтернет-комунікації	2
6. Теорія «великого вибуху» віртуальної реальності, або Ігри, які грають в людей	2
7. Колиска для котиків, або Інтернет як простір культурного виробництва	2
8. Кіноіндустрія в епоху Web: гордість і упередження і роботи	2
9. It's Alive: Монстр анімації	2
10. Вже не торт: мистецтво після візуальної культури	4
11. Чому не можна просто так взяти і вийти з Facebook, або Механізми поширення і впливу кумедних картинок та відео	2
12. Назад у майбутнє, або Інтернет речей і мережеві структури соціального	4
Усього	32

4. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарських занять не передбачено

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Аналітична робота (МАХ=40 балів). Проаналізуйте, чим відрізняються/чим однакові практики візуальної комунікації у вас й у покоління Ваших батьків (люди на 20-25 років старші за Вас) та, якщо можливо, від звичок Ваших прабаб'яків (на 40-50 років старші).

Орієнтовний план роботи:

1. Загальні комунікативні компетентності. Читання, сприйняття відео, музики і т.п. - це робите і Ви, і вони, але чи однаковим чином? Опишіть, які різниці у сприйнятті, обробці, пригадуванні інформації Ви помічаєте найчастіше. Спробуйте пояснити, звідки вони взялися, приділяючи основну увагу не стільки віковим особливостям сприйняття, скільки досвіду соціальної та візуальної комунікації загалом.

2. Нові медіа. Деталізуємося і розглядаємо різниці і схожості у використанні інтернет-сервісів, поводженні із ноутбуком і смартфоном, відданні переваги тим чи іншим соціальним мережам і месенджерам. Застосуйте проєктивні ситуації: що б зробили Ви, якби випадково видалили акаунт/зламався ноутбук/забули вдома смартфон? А Ваші батьки? Спробуйте виявити культурні і соціальні джерела комунікативних звичок.

3. Контент. Різниці/схожості у споживаному контенті: жанри, спрямованість інформації, переважаюча форма. Чи є певні жанри, які подобаються Вам, а от батьки не оцінили? Навпаки? Можете зекспериментувати: покажіть батькам зразок контенту, який Вам подобається - блог, стрім, фільм, інше, - і запитайте їхню реакцію. Спробуйте пояснити, чому вона саме така.

4. Візуальна комунікація. Як відрізняється (чи ні) використання візуальних ідентифікаторів? Які смайли та емоджі використовуєте Ви і Ваші батьки? Які тематики та засоби редагування фото? Загалом, якщо п.3 стосується тих візуальних артефактів, які Ви та Ваші дорослі споживаєте, то тут спробуйте проаналізувати ті, які Ви і вони створюєте і транслюєте.

Мінімальний **об'єм** роботи - 5 тис. зн. з пробілами, максимальний - 20 тис. зн. з пробілами.

Критерії оцінювання аналітичної роботи

<i>Характеристика відповіді за кожним пунктом плану</i>	<i>Максимальна кількість балів</i>	<i>Варіювання</i>
---	------------------------------------	-------------------

Повнота виконання пункту	3	3 – у тексті наявні усі елементи, відповіді на всі питання пункту плану 2 – у тексті наявні основні, найбільш змістовні, не вистачає 1-2 найменш значущих 1 – у тексті наявні відповіді лише на 1-2 основні питання пункту 0 – пункт зведено до 1-2 найменш значущих відповідей або він взагалі відсутній
Глибина аналізу (правильне використання понять і категорій, звернення до методологічної бази комунікативістичних та візуальних досліджень)	3	3 – студент здійснює глибокий аналіз, вільно користується усіма категоріями, звертається до методології дослідження візуальної культури 2 – відсутня одна з характеристик або обидві наявні не повною мірою 1 – відсутні дві характеристики або всі наявні неповною мірою 0 – відсутні усі
Якість аргументації, логічність і послідовність викладу	4	3 – студент здійснює логічно правильний, послідовний аналіз, ґрунтовно аргументує висновки 2 – відсутня одна з характеристик або дві наявні не повною мірою 1 – відсутні дві характеристики або всі наявні неповною мірою 0 – відсутні усі
	За 1 пунктом 10 балів	MAX = 10 x 4 пункти = 40 балів

7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Аудиторні (очно або дистанційно) - лекційні дискусії

Позааудиторні - перегляд відеоматеріалів, читання

Курс повністю адаптований до очної, дистанційної або змішаної форми навчання.

На початку семестру усіх студентів запрошують до Google Class з дисципліни, де вони отримують усі необхідні матеріали і посилання.

Перед лекційним заняттям студенти мають переглянути відеозапис лекції, а на самому занятті мають змогу поставити питання викладачеві, висловити коментарі та думки стосовно переглянутого (таке заняття може проводитися як офлайн, так і онлайн за допомогою конференц-сервісів ZOOM чи Google Meet).

8. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Рубіжний контроль – аналітична робота.

Підсумковий контроль – залік.

9. СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Розподіл балів за видами роботи (денна форма)

№	Вид роботи	Кількість балів	Сума балів
1	Творча робота	40	100
2	Залік	60	

Шкала оцінювання дворівнева

50-100	Зараховано
1-49	Не зараховано

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Бойлен, А. Л. (2021) Візуальна культура. Київ, Art Huss. 208 с.
2. Подлевська Н. Культура спілкування в мережі Інтернет // Українська мова і література в школі. — 2011. — № 2. — С. 13-17.
3. Старкова Г.В. Міф у кіберпросторі : Інтернет як простір утілення неоміфологем // Культура України : зб. наук. пр. — Х., ХДАК, 2011. — Вип. 34.— С. 155–163.
4. Хміль Я.В. Поняття «інтернет-залежність» у соціогуманітарних науках та специфіка його дослідження в соціології // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2012. Випуск 6. С. 303–310.
5. Awad, Sarah H. (2020): The social life of images, Visual Studies, DOI: 10.1080/1472586X.2020.1726206
6. Bock, Mary Angela (2020). Theorising visual framing: contingency, materiality and ideology, Visual Studies, DOI: 10.1080/1472586X.2020.1715244
7. Brevini B., Murdock G. Following the money: Wikileaks and the political economy of disclosure // Beyond Wikileaks. – London, 2013.
8. Brickell C. Sexuality, power and the sociology of the internet // Current Sociology. – 2012. – Vol. 60 (1).
9. Chambers D. Social Media and Personal Relationships. Online Intimacies and Networked Friendship. - Palgrave Macmillan Studies in Family and Intimate Life, 2013.
10. Hakim, J. (2019). Work that body: Male bodies in digital culture. Rowman & Littlefield Publishers.
11. Hsueh-hua Chen V., Been-Lirn Duh H. Understanding Social Interaction in World of Warcraft // ACE'07, June 13–15, 2007, Salzburg, Austria
12. Kim, Hye Min. (2020) What do others' reactions to body posting on Instagram tell us? The effects of social media comments on viewers' body image perception. New media and Society. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444820956368>

13. Kocurek, C. A. (2018). Play, Things: Games, Materialism, and the Production of Culture. *Velvet Light Trap*, (81), 66-71.
14. Lukasz D. Kaczmarek and Dariusz Drazkowski. MMORPG Escapism Predicts Decreased Well-Being: Examination of Gaming Time, Game Realism Beliefs, and Online Social Support for Offline Problems // *cyberpsychology, behavior, and social networking*. - Volume X, Number X, 2014
15. Manovich L. (2011) *Software Culture*.
16. O’Connora Kathleen M, Gladstone E. Beauty and social capital: Being attractive shapes social networks // *Social Networks* 52 (2018) 42–47.
17. Ryyänen, M. (2022). *Bodily Engagements with Film, Images, and Technology*. Somavision. New York, Routledge.
18. Stuckmann P., and Zimmermann R. European research on future internet design // *Papers of The IEEE Wireless Communications*, 2009.
19. *The digital divide : The internet and social inequality in international perspective* / Eds. Ragnedda M., Muschert G. – Routledge, 2013.
20. Walker K. “It’s difficult to hide it”: the presentation of self on internet home pages // *Qualitative sociology*. – 2000. – Vol. 23, No. 1.
21. Zhao S., Grasmuck S. and Martin J. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* - 2008. – 24(5).

Допоміжна література

1. Boellstorff T. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008.
2. Crampton J. *The Political Mapping of Cyberspace*. Chicago: University of Chicago Press, 2003.
3. *Human Rights in the Digital Age* / Klang M. and Murray A. (eds) – London: Routledge-Cavendish.