

	Министерство культуры Российской Федерации
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры»
	Аннотация рабочей программы дисциплины «Визуальная риторика»

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ВИЗУАЛЬНАЯ РИТОРИКА»**

Направление	43.03.02 Туризм
Направленность	Организация экскурсионных услуг
Кафедра:	информационных систем и мультимедиа
Зав. кафедрой:	Миронов Д.Ф.
Исполнено	Мироновым Д.Ф.
Факультет:	информационных технологий
Форма обучения:	Очная, заочная
Объем в зач. ед.:	5
Форма промежуточной аттестации:	экзамен

Санкт-Петербург  
2016

Санкт-Петербургский государственный институт культуры		Стр. 2 из 2
<b>АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ВИЗУАЛЬНАЯ РИТОРИКА»</b>	Версия:	1

Дисциплина «Визуальная риторика» посвящена изучению современных визуальных практик; методам презентации и анализа туристской среды, воспринимаемой как визуальный текст, изучению современных проблем общества в визуальной культуре.

Курс предполагает знакомство студентов с историей становления визуальной культуры, показать пути ее трансформации в условиях новых визуальных технологий;

Особое внимание показу возможностей использования визуальной риторики как средства туристско-экскурсионного проектирования.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:**

**ОПК-2** - способностью к разработке туристского продукта.

**Темы занятий:**

1. Туризм в условиях визуального поворота, пришедшего на смену лингвистическому повороту. Переход от вербального способа передачи информации в СМИ к визуальным образам и его влияние на восприятие мира в путешествии.
2. Визуальная риторика. От риторики визуальной к риторике вербальной. Культурологическая модель экскурсии: единство визуального, вербального и акционального. Экскурсия как визуальное высказывание. Зрительный ряд и зрительная информация; их роль в восприятии внешнего мира. Формы представления визуальной информации человеком. Принципы представления информации человеком: визуальный ряд, визуальный контраст, визуальная иерархия, визуальный вес
3. История становления оптико-экранных средств. Классификация оптических средств. Классификация экранных средств: телевизор, персональный компьютер
4. Зарубежные и российские методологии исследования визуальной культуры Теории визуального образа: основные подходы.
5. Феномен "экранный культуры". Современные технологии визуальности Содержание категорий экранной культуры. Основные критерии "экранный культуры" Основные критерии "мультимедийной культуры" Современные технологии визуальности
6. Структура визуальных практик в современной культуре. Роль кино в презентации историко-культурных и социокультурных ситуаций. Реконструкция исторического прошлого. Отражение этнической идентичности в визуальной антропологии
7. Структура визуальных практик в современной культуре. Роль телеиндустрии в конструировании повседневности.
8. Новые визуальные индустрии в современной культуре. Компьютерная игра и её влияние на восприятие современного туриста. Виды визуальной рекламы. Характерные особенности визуальной рекламы: психология колористической гаммы, ассоциативность, шкала времени, перекрытие реальности, создание мотивации, знаковое моделирование.

**Образовательные технологии:** имитация научной конференции, семинары - дискуссии, творческие задания.

Согласовано:  
Начальник  
учебно-методического управления



А.Н. Миронова