

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

О.Н. Здрок

« 2 » июля 2020 г.

Регистрационный № УД-9399/уч.

СЕМИОЛОГИЯ СМИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 80 05 Журналистика

Профилизации: Медиаменеджмент
Телевизионная журналистика

СОСТАВИТЕЛЬ:

Н.Т. Фрольцова, профессор кафедры медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета, доктор филологических наук, профессор

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

О.Г. Слука, профессор кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, доктор исторических наук, профессор;

В.И. Ивченков, профессор кафедры медиалингвистики и редактирования факультета журналистики Белорусского государственного университета, доктор филологических наук, профессор

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой кафедры медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета
(протокол № 12 от 20.05.2020);

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол № 5 от 17.06.2020).

Заведующий кафедрой медиалогии
факультета журналистики _____

Н.А. Федотова

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Семиология как социально-гуманитарная дисциплина входит в общий комплекс естественных, точных и технических наук – семиотику, центральным объектом исследования которой являются знаки и знаковые системы. Генезис знаковости представляет собой уникальный феномен, объективно связанный с эволюционным процессом зарождения, становления и развития человечества на протяжении всей его истории. В настоящее время благодаря достижениям молекулярной генетики и биологии получила научное подтвержденное не только теория эволюции Дарвина, но и эмерджентная теория Человека. В данном случае в фокусе внимания ученых находится исследование психики, которая рассматривается наряду с энергией и движением как фундаментальная форма материи, которая «сотворила» Homo sapiens'a – Человека разумного. Это единственный индивид в органической природе, который стал носителем высокоорганизованного абстрактного мышления, эмоционально уникального интеллекта и членораздельного языка. В этом плане семиотика, которая ранее считалась гуманитарной дисциплиной, встраивается в систему естественных наук.

По этой причине в зависимости от профиля дисциплин, в целом основанных на общей теории и методологии семиотики, исследуются разные предметные стороны проявления и использования феномена знаковости. Изучение знаков и знаковых систем осуществляется, во-первых, неклассической философией (в рамках феноменологии и герменевтики), которая дает базовое понятийное описание знака как исходного смыслообразующего ядра, своего рода «кванта», который определяет строение той или иной знаковой системы. Во-вторых, знаки, их группы, принципы классификации, выделение типов и характеристика типологии служат предметом исследований в таких отраслях прикладных знаний, как научно-техническая, социально-политическая, социально-экономическая, культурологическая, социолингвистическая науки. Особую роль играет использование семиотической теории и методологии в изучении знаковых систем видов искусства и художественных произведений, а также продукции, создаваемой в сегментах информационно-коммуникационной деятельности.

С научно-эмпирическими результатами и знаниями, полученными в ходе развития семиотики, связаны такие инновационные направления современной науки, как когнитология и теория искусственного интеллекта. Когнитология инкорпорирует методологию семиотики в изучение когнитивных, т.е. познавательно-креативных процессов, которые содействуют созданию нового, никогда не бывшего ранее не только в сфере мыслительно-логической деятельности, но и в отраслях материального производства. С когнитологией самым тесным образом взаимосвязаны теория и прикладные разработки в области искусственного интеллекта. В самой дефиниции «искусственный интеллект» с точки зрения семиотики заложено смыслообразующее ядро (исходный «квант»), поскольку только при высоком уровне развития

когнитивных способностей сегодня стало возможным не только проектировать, но и производить реальные материально-технические антропоморфные аналоги, наиболее близкие по своему потенциальному функционалу к биологическому оригиналу – интеллекту человека.

Семиотика является сравнительно молодой наукой, возникшей на рубеже XIX-XX вв. параллельно, не пересекаясь друг с другом, сначала в математике и логике, затем в языкознании, литературоведении, культуроведении, искусствоведении. Большое влияние на зарождение принципов науки о феномене знака и знаковых системах оказала серия открытий в фундаментальных, точных и естественных науках. Среди них следует упомянуть теорию эволюции Ч.Дарвина, теорию электромагнитного поля Д.К. Максвелла, неевклидову геометрию Н.Лобачевского и геометрию сферических пространств Б.Римана, теорию относительности Эйнштейна, открытие субатомных частиц и др. Со времен Р. Декарта и И.Ньютона произошла концептуальная смена научной парадигмы. Этот процесс сопровождался рядом социально значимых научно-технических изобретений, с XX века в корне изменивших жизнь и быт людей.

При этом внимание научного сообщества привлекла лаконичность языка описания научно-технических новинок, смыслообразующим ядром которого стали математические, физические и химические формулы, таблицы, схемы. Язык такого рода, понятный лишь узким специалистам, тем не менее, дал мощный импульс к поиску подобной ясности в исследованиях социально-гуманитарного профиля. Этот фактор повлиял на невольное разделение наименования науки о знаках. *Семиотика* вошла в оборот математиков, логиков, физиков, а в середине XX века – в терминологию и категориальный аппарат естественных и технических наук. *Семиология* – в социально-гуманитарные науки. Но это сыграло свою положительную роль, содействуя развитию научно-исследовательских школ, не противостоящих, а дополняющих друг друга согласно принципу дополнительности (комплиментарности) Н.Бора.

Объектом изучения «Семиологии СМИ» являются знаковые системы социальных коммуникаций различного типа, опосредованных использованием исторически развивающихся медиа-инструментов, предметом – конкретные методы, принципы и технологии производства контента в современной медиа-индустрии. В ходе учебного процесса рассматриваются этапы становления и развития семиологии, взаимосвязь этой дисциплины с другими дисциплинами социально-гуманитарного профиля, место и роль семиологии в общенаучной теории значения (сигнификации), а также в системе средств массовой информации и коммуникации (СМИК) на основе ускоренно развивающейся медиа-индустрии. Это позволяют раскрыть главенствующую роль знака в формировании способов производства, трансляции и презентации информации на различных материальных носителях, установить специфику вербальных, невербальных, смешанных знаковых систем в условиях прямых и

опосредованных коммуникаций. Особое внимание уделяется овладению практическими навыками создания информационной продукции, произведенной в разных сегментах медиа-индустрии и предназначенной для размещения в различных каналах массовых коммуникаций. В этом контексте изучаются сходство и различия знаковой структуры прессы, радио- и телевидения, онлайн- и офлайн-медиа, социальной, политической и коммерческой рекламы, а также других типов контента, производимого и размещаемого в разделенных семиотических средах.

Целью учебной дисциплины является комплексное освоение магистрантами основных приемов, методов и технологий производства и функционирования контента в средствах массовой коммуникации.

Задачами дисциплины являются:

- выработать профессиональные навыки создания контента с учетом семиотической специфики каналов массовой коммуникации;
- выявить сходство и различие структуры построения информационных материалов и документов в зависимости от их ценностной, идеологической и семантической направленности;
- ознакомить магистрантов с современной классификацией знаков и знаковых систем, раскрыть специфику создания и циркуляции знаковых образований в медиасфере;
- научить магистрантов сопоставлять виды и формы медийного семиозиса с другими сегментами семиотического ландшафта и использовать наиболее эффективные решения, расширяя ресурсы сложившейся на практике типологии медиамodelей, адекватно отражающих картину мира;

По окончании изучения дисциплины магистранты должны **знать**:

- теоретические основы подготовки медиатекстов и принципы их размещения в традиционных и оцифрованных каналах массовой коммуникации, включая социальные интернет-сети;
- определение видов коммуникации в рамках их семиотической характеристики; сходство и различие структуры построения информационных материалов и документов в зависимости от их ценностной, идеологической и семантической направленности;
- современную классификацию знаков и знаковых систем, принципы создания и циркуляции знаковых образований в медиасфере, виды и формы медийного семиозиса, основные медиамodelи и знаковые особенности других сегментов глобального семиотического ландшафта.

Выпускники должны **уметь**:

- квалифицированно использовать знаковый потенциал при поиске наиболее эффективных решений создания медиатекстов, предназначенных для трансляции в традиционных и оцифрованных каналах массовой коммуникации, в том числе в социальных сетях;

- находить сходство и различие структурного построения информационных материалов и документов в зависимости от их ценностной, идеологической и семантической направленности;
- пользоваться инструментарием семиологии при проектировании и производстве информационных материалов, документов и других видов контента, владеть наиболее эффективными способами их производства в сфере медиа, рекламном секторе, корпоративных организациях;
- различать внешние и внутренние факторы восприятия медиаконтента потребителями с учетом основных знаковых кодов, локализованных в региональном и глобальном семиотическом ландшафте.

Характеристика рекомендуемых методов и (или) технологий обучения.

Для приобретения указанных знаний и умений в процессе лекционных занятий следует широко использовать активные, проблемные и обзорные лекции, в период практических занятий – такие интерактивные технологии обучения, как «мозговой штурм», case-study, тематическая дискуссия, дискуссия в малой группе, выступление с презентацией собственного творческого продукта.

Роль и место дисциплины в профессиональной подготовке выпускника.

Изучая данную дисциплину, магистранты опираются на знания, приобретенные в процессе изучения «Теории медиа и массовых коммуникаций».

Дисциплина «Семиология СМИ» является базой для дальнейшей профессиональной подготовки медиаспециалистов в области информации и коммуникации вне зависимости от выбранной специализации.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием (магистра). Учебная дисциплина «Семиология СМИ» входит в модуль «СМИ и общество» компонента учреждения высшего образования.

Связи с другими учебными дисциплинами: учебная дисциплина «Семиология СМИ» тематически и методологически связана с учебной дисциплиной «Теории медиа и массовых коммуникаций».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Семиология СМИ» должно обеспечить формирование следующих углубленных профессиональных и специализированных компетенций:

специализированные компетенции:

СК-2. Владеть навыками и умениями для осуществления эффективной коммуникации в разных формах (профессиональная, деловая, научная и др.) и управлению ею.

углубленные профессиональные компетенции:

УПК-3. Уметь применять междисциплинарные подходы для решения профессиональных задач, обладая достаточными знаниями в смежных с журналистикой областями научно-практической деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины магистрант должен:

знать:

- теоретические основы подготовки медиатекстов и принципы их размещения в традиционных и оцифрованных каналах массовой коммуникации, включая социальные интернет-сети;

- определение видов коммуникации в рамках их семиотической характеристики; сходство и различие структуры построения информационных материалов и документов в зависимости от их ценностной, идеологической и семантической направленности;

- современную классификацию знаков и знаковых систем, принципы создания и циркуляции знаковых образований в медиасфере, виды и формы медийного семиозиса, основные медиамодели и знаковые особенности других сегментов глобального семиотического ландшафта.

уметь:

- квалифицированно использовать знаковый потенциал при поиске наиболее эффективных решений создания медиатекстов, предназначенных для трансляции в традиционных и оцифрованных каналах массовой коммуникации, в том числе в социальных интернет-сетях;

- находить сходство и различие структурного построения информационных материалов и документов в зависимости от их ценностной, идеологической и семантической направленности;

- пользоваться инструментарием семиологии при проектировании и производстве информационных материалов, документов и других видов контента, владеть наиболее эффективными способами их производства в сфере массмедиа, рекламном секторе, корпоративных организациях;

- различать внешние и внутренние факторы восприятия медиаконтента потребителями с учетом основных знаковых кодов, локализованных в региональном и глобальном семиотическом ландшафте.

владеть:

- творческим методом, основанным на совокупности теоретических знаний и навыков;

- интерактивные технологии обучения («мозговой штурм», case-study, тематическая дискуссия, дискуссия в малой группе, выступление с презентацией собственного творческого продукта).

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается в 1 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Семиология СМИ» отведено:

– для очной формы получения высшего образования – 100 часов, в том числе 52 аудиторных часа, из них: лекции – 14 часов, семинарские занятия – 34 часа (из них 8 часов ДО), управляемая самостоятельная работа – 4 часа (из них 2 часа ДО).

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма текущей аттестации по учебной дисциплине – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в «Семиологию»

Предмет, задачи и цели дисциплины. Понятийно-категориальный аппарат семиологии. Сущность и содержание основных семиотических понятий и дефиниций: знак, код, семиозис, вербальные и невербальные, первичные и вторичные, естественные и искусственные знаковые системы. Подходы к их классификации. Содержание дефиниций «семиотика» и «семиология». Причины возникновения двойного наименования науки о знаках и знаковых системах. Предпосылки возникновения научного интереса к проблемам знаковости в природе, обществе, культуре и технике. Современное понимание «семиотики» и «семиологии». Семиология как одна из перспективных социальных теорий.

Тема 2. История формирования семиологии

История формирования семиологии. Историографическая традиция понимания знаковости как свойства человеческого мышления. Воззрения досократиков, Платона и Аристотеля, решение вопросов наименования (номинации), исчисления и логики. Поиск идеального знака-символа, отражающего гармонию и совершенство природы. Сущность античной эстетики как воплощение означивания в рамках категорий «mimesis», «poitisis» и «techne». Учение стоиков о строении (морфологии) слова и языка. Искусства риторики и диалектики. Понятие семиозиса у Галена. Идеи Локка и Гоббса об установлении единого языка науки. Концепции Ф. Соссюра, Ч. Пирса, Р. Барта, Ж. Деррида, У. Эко, В. Иванова, Ю. Лотмана и других видных ученых XX века. Семиология как часть современной неклассической философии. Системное и структурное мышление. Попытки создания универсальных систем и языков в культуре и цивилизации XX века. Научно-технический прогресс и его влияние на использование знаков и знаковых систем.

Тема 3. Теория и практика социальной коммуникации

Понимание коммуникации как процесса обмена знаками. Характеристика категорий «массовая информация» и «массовая коммуникация». Взаимосвязь семиологии с теорией коммуникации и информации. Идентификация основных положений данной теории с бинарными и тернарными семиотическими моделями. Понятие треугольника Г.Фреге в свете современных подходов к значению, означиванию и смыслообразованию. Субъекты коммуникации в процессе кодирования и декодирования. Понимание диахронии и синхронии. Типы знаков как основных носителей социальной информации и их характеристика. Средства массовой информации и коммуникации в рамках семиотического понимания. Интегрированная знаковая структура массовой информации в системах социальной коммуникации. Классы ресурсов использования и развития интегрированных знаковых систем.

Тема 4. Типология естественных и искусственных «языков» в современной науке о знаках

Характеристика категории «языка» и вторичные моделирующие системы в рамках классической семиотики. Психофизические особенности функционирования органов чувств и обусловленность вербализации форм общения и коммуникации. Гипотезы о причинах возникновения вербализации в качестве фундаментального инструмента означивания, понимания и взаимодействия. Семиотика человеческой речи, зоосемиотика и «языки» живой природы. Переходные типы невербальных знаковых систем. Жестикуляция, пластика, мимика в качестве переходных средств общения и коммуникации. Вербальные и невербальные знаковые системы в жизнедеятельности социума. Невербальные знаковые системы и их использование в средствах массовой коммуникации, художественной культуре и искусстве.

Тема 5. Семиотические факторы и условия эволюции видов, форм, инструментов и средств осуществления социальной коммуникации

Знаковая природа ритуалов, соревнований, игр и других зрелищных перформансов. Классификация знаков на континуальные (иконографические) и синхронизированные с речевой деятельностью (словесные). Понимание «индекса», «сигнала», «символа», «образа», «имиджа». Традиция классификации знаков по Ч. Пирсу в современной семиологии. Технология порождения мифа и стереотипа. Закономерности идентификации знаковых систем в зависимости от специфики, формы и вида социальной коммуникации. Характеристика основных подходов к аналитическому изучению процессов вербального, невербального, визуального, звукозрительного, аудиовизуального способов восприятия, интерпретации и взаимодействия.

Тема 6. Основные разделы семиологии

Синтактика как изучение отношений знаков между собой. Характеристика форм отношений и связей между знаками в современной семиологии. Семантика как изучение процессов смыслообразования, логики, интерпретации и восприятия. Категории содержания и процесс смыслообразования. Прагматика как изучение социально-практических последствий процессов восприятия: интерпретации, воздействия, манипулирования. Подходы к использованию аналитического инструментария синтактики, семантики и прагматики в исследовании форм и видов знаковых систем. Аксиологическая ценность знаковых систем. Проблема множества функционирующих знаковых систем. Два ветви семиологии. Семиотика в лингвистической традиции. Семиотика в рамках логики и научного дискурса. Обзор основных направлений в развитии современной семиологии.

Тема 7. Дифференциация средств и форм социальной коммуникации в современном мире

Роль и место средств массовой коммуникации в универсализации функций общения. Межличностные, межгрупповые и коммуникационные формы установления связи. Экстралингвистические факторы функционирования знаковых систем в рамках социолингвистического направления семиологии. Понятия текста, подтекста, контекста, интертекста. Гипертекст как пространство взаимодействия, формируемое средствами массовой информации. Вербальные и невербальные знаковые системы. Формы взаимодействия. Понятие о вторичных моделирующих системах, введенное Ю. Лотманом. Проблема множества вторичных моделирующих систем, определения их границ и способов взаимопроникновения.

Тема 8. Характеристика информационного пространства как одной из вторичных моделирующих систем

Специфика содержательного наполнения информационного пространства, медиасферы, семиосферы. Диахроническая и синхроническая модели инфопространства. Медиасфера и семиосфера. Определение массовой информации как основного носителя содержания в медиасфере. Отношения между массовой информацией и информацией такой вторичной моделирующей системы, как культура. Подходы к определению понятия «культура». Типологический принцип в понимании определения «культура». Культура, история и семиосфера – основные макропонятия современной семиологии. Средства массовой информации и коммуникации как медиаторы-посредники формирования вторичных моделирующих систем.

Тема 9. Тенденции глобализации и проблемы идентификации вторичных моделирующих систем в современном мире

Представление о границах интерпретации частных диалоговых средств общения и универсальных средств массовой коммуникации. Критика массовой коммуникации и массовой культуры. Вопрос об ограничениях и контроле за унификацией культурных процессов, в том числе функционирующих на основе средств массовой информации и коммуникации. Представление об информационных объектах, субъектах и контенте массовой коммуникации. Знаковая природа каналов массовой информации и коммуникации. Процессы кодирования и декодирования, их понимание в семиологии. Научно-технический прогресс и новейшие технологии информационно-коммуникационного производства. Семиология в информатике, в информационном инжиниринге и проектировании.

Тема 10. Прикладные аспекты применения семиологии и семиотических методов при анализе деятельности средств массовой информации

Специфика переходного периода и реформирование института средств массовой информации. Культурная ситуация и сложности определения социальной знаковой природы республиканских СМИ. Психофизические особенности, проблема авторства и средства выражения в журналистике. Связь семиологии с комплексом современных социально-гуманитарных наук. Поисковые направления в исследовании и оценке сложных взаимодействий между человеком, природой, обществом и культурой. Характеристика работ В. Руднева, Г. Почепцова, Ю. Степанова, а также некоторых других специалистов. Перспективы семиологии в современной науке.

Тема 11. Характеристика основных семиотических методов при создании информационной продукции.

Метод моделирования как основной способ производства информационных объектов различного назначения. Особенности и специфика использования моделирования в информационном производстве. Взаимосвязь с технологическими ресурсами производства. Информационные модули – структурные элементы-знаки. Метод реконструкции. Примеры использования реконструкции в печати, на радио, телевидении, в рекламе. Метод «маски». Общая характеристика, основные виды метода (символический, ролевой, игровой) в зависимости от функциональности информационного объекта и информационной ситуации. Метод кодификации и адаптационные знаковые системы (брендинг и ребрендинг) в информационном производстве.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Введение в «Семиологию»	2						
2.	История формирования семиологии	2		2			2	Презентация
3.	Теория и практика социальной коммуникации	2		2 ДО				Опрос реферат
4.	Типология естественных и искусственных «языков» в современной науке о знаках	2		2				Опрос
5.	Семиотические факторы и условия эволюции видов, форм, инструментов и средств осуществления социальной коммуникации	2		6				Опрос реферат
6.	Основные разделы семиологии	2		2 ДО				Опрос реферат
7.	Дифференциация средств и форм социальной коммуникации в современном мире	2		2				Опрос
8.	Характеристика информационного пространства как одной из вторичных моделирующих систем			4 ДО				Презентация

9.	Тенденции глобализации и проблемы идентификации вторичных моделирующих систем в современном мире			4				Опрос реферат
10.	Прикладные аспекты применения семиологии и семиотических методов при анализе деятельности средств массовой информации			4				Опрос
11.	Характеристика основных семиотических методов при создании информационной продукции			6			2 ДО	Опрос реферат
12.	Всего	14		34 (8 ДО)			4 (2ДО)	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Кириллова, Н.Б. Парадоксы медийной культуры. Избр.ст. – Екатеринбург, 2017. – 451 с.
2. Медиакультура: словарь терминов и понятий. - Екатеринбург, 2016. – 196 с.
3. Соловей, В.Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования. – М., 2015. – 210 с.
4. Степин, В.С. Человек. Деятельность, Культура. – СПб, 2018. – 800 с.
5. Цилински, З. Археология медиа: о «глубоком времени» аудиовизуальных технологий / З. Цилински/ Пер. с нем. – М., 2019.
6. Эстетика журналистики / А.И. Беленький [и др.] под ред. М.А.Бережной. – СПб., 2018. – 252 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Барт, Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов / Р. Барт // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму/ Пер. с фр. – М., 2000. – С.196-238.
2. Барт, Р. Избранные статьи: поэтика, семиотика / Р. Барт. / Пер. с фр. – М., 1989.
3. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт / Пер. с фр. – М., 2000.
4. Барт, Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт. / Пер. с фр. -- М., 2003.
5. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М., 1979.
6. Бенуа, Л. Знаки, символы и мифы / Л. Бенуа. – М., 2004.
7. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избр. эссе / В. Беньямин. – М., 1996.
8. Вирилио, П. Информационная бомба. Стратегия обмана / П. Вирилио. – М., 2002.
9. Жолковский, А. К. Порождающая поэтика / А. К. Жолковский, Ю. К. Щеглов // Работы по поэтике выразительности: инварианты – тема – приемы – текст. – М., 1996.
10. Иванов, В. В. Славянские языковые моделирующие системы / В. В. Иванов, В. Н. Топоров. – М., 1978.
11. Иванов, В. В. Чет и нечет: Асимметрия мозга и знаковых систем / В. В. Иванов. – М., 1978.
12. Костина, А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества / А. В. Костина. – М., 2005.
13. Леви-Стросс, К. Мифологии: В 4 т. / К. Леви-Стросс. – М., СПб., 2000.

14. Лотман, Ю. Диалог с экраном / Ю. Лотман, Ю. Цивьян. – Таллинн, 1994.
15. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров: человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М., 1999.
16. Лотман, Ю. М. Семиосфера: Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман. – СПб., 2000.
17. Маклюэн, М. Конец галактики Гутенберга / М. Маклюэн. – М., 1998.
18. Маклюэн, М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М., 2003.
19. Махлина, С.Т. Словарь по семиотике культуры / С.Т. Махлина. – СПб., 2009.
20. Маяцкий, М. А. Деконструкция / М. А. Маяцкий // Современная западная философия: Словарь. – М, 1991.
21. Мелетинский, Е. М. О литературных архетипах / Е. М. Мелетинский. – М., 1994.
22. Пирс, Ч. С. Логические основания теории знаков / Ч. Ч. Пирс / Пер. с англ. – СПб., 2000.
23. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М., 2000.
24. Почепцов, Г. Г. Русская семиотика: идеи, методы, персонажи, история / Г. Г. Почепцов. – М., 2001.
25. Рейногальд, Г. Умная толпа / Г. Рейногальд / Пер. с англ. – М., 2007.
26. Руднев, В. П. Словарь культуры XX в.: Ключевые понятия и тексты / В. П. Руднев. – М., 1999.
27. Семиотика. Антология. М., 2001.
28. Фрольцова, Н. Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации / Н. Т. Фрольцова. – Минск, 2003.
29. Щуровесьески, Дж. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум формирует бизнес, экономику, общество и государство / Дж. Щуровесьески / Пер. с англ. – М., 2007.
30. Эко, У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / У. Эко / Пер. с итал. – СПб, 1998.
31. Эко, У. Поиски совершенного языка в европейской культуре / У. Эко / Пер. с итал. – СПб, 2007.
32. Ямпольский, М. Б. Память Тиресия: Интертекстуальность и кинематограф / М. Б. Ямпольский. – М., 1993.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Оценка результатов учебной деятельности студентов осуществляется по 10-балльной системе. Текущий контроль знаний предполагает использование рейтинговой оценки знаний в течение семестра.

Для проведения текущей и промежуточной (рейтинговой) аттестации студентов устанавливаются следующие виды контроля: контролируемые самостоятельные задания, а также индивидуальные тематические задания по

подготовке текстовых, текстово-графических и визуально-графических презентаций.

Контролируемые самостоятельные задания проводятся с целью проверки и оценки усвоения студентами учебного материала в процессе изучения темы и носят стимулирующий и корректирующий характер.

Контроль выполнения индивидуальных тематических заданий по подготовке текстовых, текстово-графических и визуально-графических презентаций проводится с целью проверки достижений студентов не по отдельным элементам, а в логической системе, соответствующей структуре конкретной темы.

Основные виды контроля осуществляются в устной, письменной, практической формах и в их сочетании.

Выставление рейтинговых отметок за семестр осуществляется как среднее арифметическое отметок на основе результатов тематического контроля с учетом преобладающего балла после проведения текущей и промежуточной (рейтинговой) аттестации студентов

Контрольно-оценочным критерием выставления экзаменационной отметки служат следующие пять уровней усвоения учебного материала:

I уровень (низкий) – распознавание и различение понятий (оценивается от 1 до 2 баллов);

II уровень (удовлетворительный) – воспроизведение учебного материала по предмету на уровне памяти (оценивается от 3 до 4 баллов);

III уровень (средний) – воспроизведение и анализ предмета изучения на уровне понимания; описание и анализ действий с объектами изучения (оценивается от 5 до 6 баллов);

IV уровень (достаточный) – объяснение сущности объектов изучения; применение знаний на основе обобщенного алгоритма для решения новых учебных задач (оценивается от 7 до 8 баллов);

V уровень (высокий) – демонстрация возможностей по применению знаний в незнакомых, нестандартных ситуациях для решения качественно новых задач; самостоятельные действия и решения по описанию, объяснению и преобразованию объектов изучения (оцениваются от 9 до 10 баллов).

Оценка за *опрос* на практических занятиях включает:

- ответ (полнота ответа) – 60 %;
- постановку вопросов – 40 %.

–

При оценивании *реферата* обращается внимание на:

- содержание и полноту раскрытия темы – 40 %;
- структуру и последовательность изложения – 30 %;
- источники и их интерпретацию – 20 %;
- корректность оформления – 10 %.

–

При оценке *презентации* необходимо обращать внимание на:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории) – 25 %;
- управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 25 %;
- применение визуальных средств – 50 %.

Итоговая отметка по дисциплине выставляется как среднее арифметическое рейтинговой и зачетной отметок, а также с учетом динамики индивидуальных учебных достижений магистранта.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы магистрантов

Тема: Характеристика основных семиотических методов при создании информационной продукции (2 часа УСР ДО).

Примерный перечень письменных заданий:

- 1.Выполнение обзора научных источников по теме магистерской диссертации;
- 2.Описание объекта и предмета исследования;
- 3.Характеристика основных методов исследования;
- 4.Семиотические принципы систематизации эмпирического материала;
- 5.Характеристика коммуникации как обмена знаками;
- 6.Основные приемы декодификации дефиниций «информационное общество», «постиндустриальное общество», «общество потребления».

Тема: История формирования семиологии (2 часа УСР).

Примерный перечень тем для подготовки презентаций:

1. Статическая и динамическая модели «треугольника Г.Фреге» в аудиовизуальных и аудиоканалах каналах СМИК;
2. Эпоха постмодерна и стилевые черты постмодернизма в процессе формирования специфических «языков» СМИК XX-XXI вв.
3. Массовая, элитарная, китчевая типы культур (субкультур) в семиотических структурах современных печатных и аудиовизуальных каналах массмедиа, в том числе в социальных сетях;
4. Процесс семиозиса в качестве континуального развития сигнификации отношений современного социального индивида в различных формах коммуникации с окружающей средой;
5. Примеры симеозиса как «экономных» ролевых речевых дискурсов в современных средствах массовой информации и коммуникации;
6. Принцип серийности и серийных «картин мира» (по Х.У.Данну и Ю.С.Степанову) как информационно-энергетические креативные ресурсы современных технологий аудиовизуального производства;

7. «Пустой» и «нулевой» знаки в перцепции читателя, зрителя, слушателя и пользователя оф- и онлайнконтента.

Примерная тематика семинарских занятий

Семинар № 1. История формирования семиологии

Семинар № 2. Типология естественных и искусственных «языков» в современной науке о знаках

Семинар № 3. Семиотические факторы и условия эволюции видов, форм, инструментов и средств осуществления социальной коммуникации

Семинар № 4. Основные разделы семиологии

Семинар № 5. Дифференциация средств и форм социальной коммуникации в современном мире

Семинар № 6. Характеристика информационного пространства как одной из вторичных моделирующих систем

Семинар № 7. Тенденции глобализации и проблемы идентификации вторичных моделирующих систем в современном мире

Семинар № 8. Прикладные аспекты применения семиологии и семиотических методов при анализе деятельности средств массовой информации

Семинар № 9. Характеристика основных семиотических методов при создании информационной продукции.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используются:

эвристический подход, который предполагает:

- осуществление студентами лично-значимых открытий окружающего мира;
- демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности.

практико-ориентированный подход, который предполагает:

- освоение содержания образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

метод учебной дискуссии, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или

согласования существующих позиций по определенной проблеме. 15 Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

методы и приемы развития критического мышления, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Текущая самостоятельная работа магистрантов направлена на углубление и закрепление знаний магистранта, развитие практических умений.

При изучении учебной дисциплины магистрантам рекомендованы следующие формы самостоятельной работы: – поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников по индивидуально заданной проблеме курса; – изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку; – подготовка к практическим семинарским занятиям; – научно-исследовательские работы; – подготовка и написание рефератов и презентаций на заданные темы.

Темы реферативных работ

1. Научные дискуссии вокруг определения естественных и «искусственных языков» в современной науке о знаках;
2. Актуальность понимания механизмов адаптации языков национальных культур (по книге У.Эко «Поиски совершенного языка в европейской культуре»).
3. Эволюции—коэволюция—конвергенция видов, форм, инструментов и семиотических средств социальной коммуникации в контурах медиаландшафта XXI века.
4. Современная медиасфера как вторичная моделирующая система.
5. Феномен моды по Р.Барту в фото-, кино-, теле- и видеоканалах социальных сетей под общим кодовым знаком *facing-industry*.
6. Семиотические факторы как прагматические концепции современного шоу-бизнеса: соблазн и искушение симукляров китча в рамках аутентичной культуры.
7. Семиотические концепции маркетинга и рекламной индустрии. Компаративный анализ белорусской рекламной продукции в диахроническом и синхроническом контекстах.
8. Семиотика городской и сельской архитектуры в Беларуси и ее отражение в каналах национальных СМИК.

9. Семиотический концепт «странствий» и «возвращения блудного сына» в нарративах (stories-telling) белорусских СМИК и социальных сетей о путешествиях и туризме.
10. Методы квантификация современных медиааудиторий по семиотическим критериям: достоинства, заблуждения и просчеты.
11. Категория виртуальности и ее прикладное применение в семиотически распределенных сегментах реальных социальных коммуникаций и каналах СМИК.
12. Концепция «мягкой силы» («power soft») и значение использования научного метода семиотики в производстве адекватных механизмов отражения социокультурной и экономической реальности.
13. «Коллективное бессознательное» как семиотический эквивалент исторической памяти, ценностей социального опыта и здравого смысла при использования технологий крауд- и аутсорсинга в бизнесе, деловой и гуманитарно ориентированной коммуникациях.
14. Семиотические архетипы визуально-идеального образа человека и их изоморфная ретрансляция в семиотике различных видов спорта, а также в символической атрибутике, публично-массовых церемониях и мероприятиях.
15. Семиотический подход к декодированию любой информации, включая контент СМИК как к ценностным ресурсам получения и отбора значимых для социального индивида новых знаний.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Предмет семиологии и особенности семиологического анализа явлений, процессов и ситуаций.
2. История формирования семиологического подхода в комплексе социально-гуманитарных наук XX века.
3. Естественные и искусственные знаковые системы. Связь семиологии с лингвистикой. Языки как вторичная моделирующая система.
4. Вербальность и ее отражение в символе, знаке и образе.
5. Невербальные знаковые системы. Связь с рефлексивными процессами в природе, обществе и культуре.
6. Понятия символа, знака, образа. Характеристика принятых в современной науке подходов.
7. Определения текста, подтекста и контекста в рамках семиологии.
8. Диахрония и синхрония как принципы формирования базовых единиц взаимодействия в историческом и реальном времени.
9. Коммуникация, диалог, общение как основные функциональные формы реализации текста.
10. Кодирование и декодирование текстовых структур и систем в каналах массовой коммуникации.
11. Технические и технологические принципы построения текста и его

- восприятия в печатных СМИ.
12. Культура как совокупная искусственная многофункциональная знаково-символическая система.
 13. Взаимодействие естественных и искусственных знаковых систем в современных СМИ.
 14. Технические и технологические особенности создания и восприятия информации в аудиовизуальных СМИ.
 15. Жесты, мимика, пластика как инструменты естественного языка: связь языкового инструментария человека с миром живой природы.
 16. Понятие о вторичных моделирующих системах.
 17. Связь семиологии со смежными социально-гуманитарными дисциплинами: лингвистикой, культурологией, эстетикой, социологией, неклассической философией XX века.
 18. Взаимодействие вербальных и невербальных знаковых систем в современных СМИ.
 19. Социально-культурные особенности развития искусственных знаково-символических систем на современном этапе.
 20. Знаковые системы в природе. Зоосемиотика как специальный раздел семиологии.
 21. Массовая коммуникация и принципы демассофикации информации. Прогностические исследования.
 22. Процессы означивания и означения, семантические особенности массовой информации.
 23. Тенденции глобализации и сфера массмедиа.
 24. Особенности формирования и восприятия информации на различных носителях.
 25. Техногенная среда функционирования и циркуляции знаков и знаковых систем.
 26. Сетевые формы кодирования и декодирования информации.
 27. Гипертекст как процесс и результат кодирования и декодирования информации на цифровой платформе
 28. Понятие виртуальной среды создания и циркуляции информации.
 29. Современные мультимедийные технологии и их влияние на процессы создания, восприятия и интерпретации информации.
 30. Онлайн-овые, офлайн-овые, мультимедиа: характеристика традиционных и новейших носителей знака.
 31. Естественные и искусственные (созданные человеком) каналы коммуникации.
 32. Сходство и различие средств массовой коммуникации (СМК) и средств массовой информации (СМИ).
 33. Новейшая терминология, связанная с международной унифицированной сигнификацией понятийно-категориального аппарата современных СМК и СМИ (медиа, медиатекст, медиа-инструментарий, медиа-ландшафт, принт-медиа, каналы коммуникации, технокультура,

- контент).
34. Иконические и идеографические знаки. Специфика символизации объектов реальности.
 35. Понятие имиджа, символа и стереотипа.
 36. Международная сигнификация понятий имиджа, бренда.
 37. Рекламные тексты и их особенности (политическая, социальная, коммерческая и другие виды рекламы).
 35. Сфера массмедиа как вторичная моделирующая система.
 36. Технологические функции СМИ и их влияние на дифференциацию массовой информации в социальном взаимодействии.
 37. Социальные функции СМИ и их влияние на формирование текстов массовой информации. Семантический аспект типологии СМИ.
 38. Стереотипы как устойчивая система представлений и презентации явлений, процессов и ситуаций. Положительное и отрицательное значение стереотипов в производстве массовой информации.
 39. Массовая коммуникация и массовая информация и их реализация в производстве текстов.
 40. Перспективы развития семиологии как общей теории значения (сигнификации), восприятия, смыслообразования и интерпретации.
 41. Современное информационное пространство. Медиа сфера Республики Беларусь.
 42. Новейшие технологии и преобразование смыслов в каналах массовой коммуникации.
 43. Политическая реклама, пропаганда, контрпропаганда и коммуникационная модель текста.
 44. Манипуляция сознанием и способы соответствующего кодирования текста.
 45. Технические и технологические особенности текстов аудиовизуальных СМИ.
 46. Формирование общественного мнения и структура текста в каналах массовой коммуникации.
 47. Коммуникация, диалог, общение как функциональные формы реализации текста.
 48. Рекламные тексты и их особенности.
 49. Сфера медиа как гипертекст.
 50. Акустические, визуальные, тактильные и другие эмоциональные знаки в современной медиасфере.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1. Концепции информационного общества	Медиалогии	Предложений нет.	Изменений в содержании учебной программы не требуется (протокол № 12 от 20.05.2020г.)

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО ИЗУЧАЕМОЙ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**
на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
