

Учреждение образования
“Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор Учреждения
образования “Белорусский
государственный экономический
университет”


Е. Ф. Киреева

22.16 2022 г.

Регистрационный № УД 2233-22 /уч.

Семиотика

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-26 02 06 «Рекламная деятельность»

Учебная программа составлена на основе учебного плана по специальности «Рекламная деятельность» рег. № 21 ДМР-126, 06.07.2021 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

ГОЛАНОВА Ж.М., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат психологических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

ВОЮШ И.Д., доцент кафедры медиалогии, факультета журналистики БГУ, кандидат филологических наук, доцент.

РИФИЦКАЯ И.И. доцент кафедры педагогики и психологии, УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат психологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол 13 от 19.05.2022 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 7 от 15.06. 2022 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая учебная программа разработана по учебной дисциплине «Семиотика» для студентов факультета маркетинга и логистики БГЭУ и соответствует требованиям, предъявленным образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность».

Основная цель программы – вооружить студентов знаниями в области теоретических и прикладных проблем в сфере семиотики.

Задачами учебной программы являются:

- рассмотреть историю возникновения и развития семиотики;
- определить основные тенденции в развитии теоретических концепций семиотики в соотношении с теорией коммуникации;
- ознакомить с основными инструментами и методами комплексного семиотического анализа;
- выработать у студентов навыки семиотического «чтения» культурного пространства, семиотического решения жизненных и практических ситуаций, которые могут возникнуть в их будущей профессиональной деятельности, в условиях общения с представителями своей и иной культуры.

Изучение учебной дисциплины «Семиотика» обеспечивает формирование у обучающихся базовых профессиональных компетенций (СК) по использованию методов семиотического анализа рекламных образов, символов, знаков, при осуществлении профессиональной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

Знать:

- понятийный и терминологический аппарат семиотики;
- историю формирования исследовательской мысли и основные проблемы современной семиотики;
- свойства и функции знаков и знаковых систем;
- законы развития семиотики в их взаимосвязи и взаимообусловленности с законами культуры.

Уметь:

- ориентироваться в основных современных научных концепциях, направлениях и методах семиотического исследования;
- анализировать содержание знаковых систем;
- ориентироваться в механизмах коммуникативной деятельности в культурном пространстве и в семиотическом ракурсе анализировать его;
- на основе полученных знаний выполнять комплексный анализ рекламы.

Владеть:

- системой теоретических и эмпирических знаний в области семиотики;
- навыками исследования явлений и объектов культуры в семиотическом ракурсе;

- навыками исследования явлений и объектов культуры в семиотическом ракурсе;

- навыками презентации учебных проектов;

- навыками групповой работы.

Учебная дисциплина «Семиотика» базируется на знаниях истории, психологии, языкознания, основ маркетинга, рекламы, коммуникаций.

Форма получения высшего образования – очная (дневная), заочная.

Всего часов по учебной дисциплине 130, из них всего часов аудиторных – 52, в том числе 30 часов – лекции, 22 часов – семинарские занятия.

Форма текущей аттестации – экзамен.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Семиотика»

(дневная форма получения высшего образования)

| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | | | Иное* | Форма контроля знаний |
|---------------------|--|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------|----------------|--|
| | | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСП | | | |
| | | | | | | Л | ПЗ/СЗ | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Предмет семиотики. История развития семиотики как науки. | 4 | 4 | | | 2 | 2 | [1, 3, 7, 8] | проверка и дискуссионное обсуждение предоставленных материалов |
| 2 | Знаки и знаковые системы. Основные понятия, методы и принципы семиотики. | 4 | 2 | | | | | [3, 6, 11, 14] | |
| 3 | Язык как знаковая система. | 2 | 1 | | | | | [1, 15] | |
| 4 | Невербальная семиотика | 2 | 1 | | | | | [6, 7] | |
| 5 | Семиотика культуры. | 2 | 2 | | | | 2 | [1, 4] | |
| 6 | Семиотика современного искусства. | 6 | 4 | | | 6 | 4 | [3, 4, 7, 8] | Контрольное тестирование |
| 7 | Семиотика игры. Игровая концепция культуры. | 2 | 2 | | | | | [13] | |
| 8 | Культурная семантика повседневного пространства. | 2 | 2 | | | | | [1, 4, 6, 7] | |
| 9 | Семиотика личности | 2 | 2 | | | | | [1, 4] | |
| 10 | Семиотика рекламы | 4 | 2 | | | | | [1, 2, 4, 14] | Контрольное тестирование |
| | Всего: 52 | 24 | 14 | | | 6 | 8 | | |

- в разделе «Иное» записывается литература в квадратных скобках.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Семиотика»

(форма получения высшего образования)

| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | | | Иное* | Форма контроля знаний |
|---------------------|--|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|-------|--------------|-----------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСР | | | |
| | | | | | | Л | ПЗ/СЗ | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Предмет семиотики. История развития семиотики как науки. | 1 | 1 | | | | | [1, 3,7, 8] | |
| 2 | Знаки и знаковые системы. Основные понятия, методы и принципы семиотики. | 1 | | | | | | [3, 6,11,14] | |
| 3 | Язык как знаковая система. | 1 | | | | | | [1, 15] | |
| 4 | Невербальная семиотика | 1 | | | | | | [6, 7] | |
| 5 | Семиотика культуры. | | 1 | | | | | [1, 4] | |
| 6 | Семиотика современного искусства. | | 1 | | | | | [3,4, 7, 8] | |
| 7 | Семиотика игры. Игровая концепция культуры. | | 1 | | | | | [13] | |
| 8 | Культурная семантика повседневного пространства. | | 1 | | | | | [1, 4, 6,7] | |
| 9 | Семиотика личности | 1 | | | | | | [1, 4] | |
| 10 | Семиотика рекламы | 1 | 1 | | | | | [1,2, 4,14] | |
| | Всего: 52 | 6 | 6 | | | | | | |

- в разделе «Иное» записывается литература в квадратных скобках.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

По учебной дисциплине «Семиотика»

Тема 1: Предмет семиотики. История развития семиотики как науки.

Семиотика как наука о знаковых системах. Многообразие определений термина «семиотика». Многообразие коммуникативных процессов в природе и обществе. Естественные и искусственные семиотики. Задачи семиотики. Междисциплинарный характер семиотики и ее место в кругу гуманитарных наук.

Чарльз Уильям Моррис, как основатель современной семиотики. Ф. де Соссюр как семиотик. Герменевтическая семиотика Г.Г. Шпета. Первая в XX в. Книга по семиотике «Основания теории знаков» Чарльза Морриса. Семиотические идеи Романа Якобсона. Проблемы семиотики в психологии: Л.С. Выготский, Жан Пиаже, Н.И. Жинкин.

Тема 2: Знаки и знаковые системы

Понятие знака. Принципы классификации знаков. Свойства знака. Конвенциональная природа знака. Вербальные и невербальные знаки (общее и различное). Семиозис как процесс знакообразования: знаковое средство, десигнат, интерпретанта, интерпретант.

Типология знаков. Иконические, индексальные и символические знаки. Семантика, синтактика и прагматика знака. Синтагма и парадигма. Особенности знаков естественного языка. Лингвистические знаковые теории.

Объединение знаков в системы. Свойства знаковых систем. Означивание как превращение вещи в знак. Культурное означивание вещей: символика чисел, цвета, язык жестов, язык цветов. Ольфактивная семиотика. Семиотика вкуса.

Тема 3: Язык как знаковая система.

Определение языка как знаковой системы. Свойства языкового знака, функции языковых знаков: различительная конструктивная, классифицирующая.

Слово как знак в широком семиотическом контексте. Схема речевой деятельности человека.

Функции языка: описательная, эмоциональная (выразительная), экспрессивная, металингвистическая, поэтическая и др. Функции языка как знаковой системы: коммуникативная функция языка, функция развития человеческого рода, функция развития личности в онтогенезе, функция организации понятийных структур, функция создания иллюзий.

Тема 4. Невербальная семиотика.

Невербальная семиотика как наука. Подсистемы невербальной семиотики: паралингвистика, кинесика, окулесика, аускультация, гаптика, гастика, ольфакция, проксемика, хронемика, системология и др.

Язык жестов и естественный язык. Невербальное поведение человека и животных. Сходство жестового и естественного языка. Взаимодействие языка жестов и языка слов. Фундаментальные различия между естественным языком и языком тела.

Основные функции жестов в человеческой коммуникации. Семантическая типология улыбок.

Тема 5: Семиотика культуры.

Понятие культуры в контексте семиотики. Семиотический аспект культуры. Концепт, как элемент культуры. Разнообразие смыслов, включенных в концепт. Концепт и архетип. Понятия символярия, текста и тезауруса культуры. Семиотический механизм культуры.

Минимальные предпосылки, обеспечивающие существование культуры. Феномены культуры. Основные знаки культуры. Культурный код. Интерпретация знаков и символов в контексте культуры.

Культурологические законы. Виды субкультур: молодежная, студенческая, гендерная субкультура города и сельской местности. Интерпретация символов с позиции субкультуры.

Обряды, ритуалы, обычаи как элементы цивилизации. Правила и нормы поведения. Межкультурные (кросскультурные) коммуникации. Дискурсивные стратегии.

Тема 6: Семиотика современного искусства.

Семиотика художественного изображения: скульптура, графика, живопись, архитектура, фотография, кино. Семиотическое своеобразие произведений изобразительного искусства. Вклад кинематографа в развитие визуальных семиотик.

Семиотика искусного слова: поэзия, проза, эпос, лирика, драма. Семиотическое своеобразие вербальных искусств: материально-физическая общедоступность, интеллектуально-образная и синтагматическая доступность, интеллектуально-образная содержательность, сложные знаки литературы мене иконичны, чем знаки-образы в других искусствах. Первомифы как доязыковые архетипические феномены. Эволюция мифологии в фольклорные жанры. Уровневое строение художественной литературы.

Семиотика звука. Семиотическая структура музыки.

Художественные семиотики движений человека. История развития танца. Семиотика танца. Метаязык балета. Пантомима как семиотика.

Тема 7: Семиотика игры. Игровая концепция культуры.

Семиотическое многообразие определения понятия «игра». Основные функции игр: коммуникативная, компенсаторная, воспитательная, моделирующая, развлекательная, развивающая, релаксационная.

Современная классификация игр: по содержанию, по форме, по времени проведения, по месту проведения, по составу и количеству участников. Эрик Берн «Люди, которые играют в игры». «Игры, в которые играют люди». Йохан Хейзинга «Человек играющий».

Тема 8: Культурная семантика повседневного пространства

Контекст повседневного пространства. Дом как семиотический локус, знаковость его границ. Семиотика вещи и интерьера. Знаковая форма вещей, становящихся предметами прикладных искусств. Интерьер как знаковая система. Основные элементы интерьера: вестибюль, передняя, гостиная, спальня, кухня, столовая, туалет. Цвет в интерьере. Интерьер жилища советской эпохи. Жилой интерьер как отражение и утверждение героя нашего времени. Семиотика двора.

Семиотика повседневности в окружающем человека мире вне дома. Семиотика денег. Город как объект семиотического изучения, концепция его структуры. Семантическая конструкция образа города. Символика города как центра мира. «Рай земной» и идеальные планы древних городов: градостроительные модели – опыт дешифровки смысла.

Тема 9: Семиотика личности

Семиотика имиджа человека. Имя как социальный знак.

Семиотика костюма. Функциональные качества понятия одежда; эстетические качества понятия костюм. Костюм как признак социального человека; костюм как самоназвание человека. Исторические правила построения костюма.

Семиотика моды. Риторика означаемого: мир моды, изображение мира, модная женщина. Дендизм и мода.

Риторика тела. Семантика татуировки. Семиотика сексуальности. Иерархия и семантика соматического пространства. Диахроническая поэтика красоты и уродства. Семантика татуировки.

Тема 10: Семиотика рекламы

Рекламный образ и повседневное бытование вещи. Семиотика рекламы и товарных знаков. Иконы, индексы и символы в рекламном сообщении. Денотация, коннотация, парадигма и синтагма в рекламе. Семантическая структура рекламного сообщения.

Формы обращения к целевой аудитории. Интонация обращения: комфортная, дискомфортная, нейтральная реклама. Формирование доверия целевой аудитории. Авторитарное и внутренне убедительное высказывание.

Реклама как инструмент формирования стилей жизни. Стил жизни эпохи модернити. Настоящее и будущее в рекламе. Реклама для богатых (статусное потребление), реклама для специалистов (компетентность), массовая реклама (ориентация на равенство, элитность наоборот).

Гендерный аспект рекламы. «Социальные архетипы» в рекламе. Эротика в рекламе. Женщина как компонент рекламной метафоры. «Мужской» и «женский» сценарий жизни. Образы детства и детского в рекламе. Семейные ценности в рекламе. Типы и модели поведения. Способы представления возрастных групп.

Имидж и имиджевая коммуникация в рекламе.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Семиотика»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим и лабораторным занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы);
- подготовка к экзамену.

Нормативные и законодательные акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь. – 6-е изд., с изм. и доп.- Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2008. – 653 с.
2. О рекламе: Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Ленсу, Я. Ю. Семиотика рекламы: учебное пособие для студентов / Я. Ю. Ленсу. – Минск: РИВШ, 2018. – 132 с.
2. Елина, Е. А. Семиотика рекламы: учебное пособие / Е. А. Елина. – М.: Дашков и К, 2016. – 135 с.
3. Махлина, С.Т. Лингвистика и семиотика: учебник и практикум для вузов / С.Т. Махлина. М: Издательство Юрат, 2021. – 260 с.

Дополнительная:

4. Гринев-Гриневиц, С.В. Основы семиотики : учебное пособие / С. В. Гринев-Гриневиц, Э. А. Сорокина. – Москва : Флинта : Наука, 2012. – 254 с.
5. Крейдлин, Г.Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык / Г.Е. Крейдлин. – М.: Новое литературное обозрение. 2004. – 592 с.
6. Маюк, Е.П. Синтактика : пособие для студентов / Е. П. Маюк. – Минск: 2019. – 167 с.
7. Мечковская, Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура : курс лекций / Н. Б. Мечковская. – М.: Академия, 2007. – 432 с.
8. Нестерович, Т.Н. Синтактика: курс лекций / Т. Н. Нестерович, И. А. – Минск : БГЭУ, 2018. - 200 с.
9. Токарев, Г. В. Введение в семиотику: учеб. пособие / Г. В. Токарев. – М.: Флинта, 2013. – 158 с.
10. Хейзинга, Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хейзинга. – М.: Прогресс, 1992. – 416 с.
11. Шарков, Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник для студентов вузов, обуч.по спец. "Реклама" / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова - Москва : Дашков и К, 2012. - 406 с.
12. Щедровицкий, Г.П. Знак и деятельность / Г.П. Щедровицкий. – М.: Восточная литература РАН. 2005. – 464 с.
13. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – Петрополис, 1998. – 540 с.
14. Пономарева, А. М. Креатив и копирайтинг : учебник / А. М. Пономарева – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 268 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146> (дата обращения: 03.06.2022). – Библиогр.: с. 228-254. – ISBN 978-5-7972-2537-9. – Текст : электронный.
15. Миловидов, В. А. Введение в семиологию : учебное пособие / В. А. Миловидов. – 2-е изд. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 197 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364915> (дата обращения:

03.06.2022). – Библиогр.: с. 189 - 193. – ISBN 978-5-4475-5229-9. – DOI 10.23681/364915. – Текст : электронный.

16. Лукин, В. А. 100 задач по семиотике текст / В. А. Лукин. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 143 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607294> (дата обращения: 03.06.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-4035-4. – Текст : электронный.

17. Ильичева, И. Л. Рекламная коммуникация [электронный ресурс] : учебное пособие / И. Л. Ильичева, Е. Н. Стрижевич. — Брест : БрГУ, 2020. — 118 с. – Режим доступа: <http://rep.brsu.by:80/handle/123456789/5603>. – Дата доступа: 03.06.2022.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

| <p style="text-align: center;">Название дисциплины, с которой требуется согласование</p> | <p style="text-align: center;">Название кафедры</p> | <p style="text-align: center;">Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучению учебной программы</p> | <p style="text-align: center;">Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)</p> |
|--|---|---|--|
| <p>социальная психология</p> | <p>кафедра психологии семьи и психологии детей</p> | <p>нет</p> | <p>№13 от 19.05.22</p> |

И.В. Камуц

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|----------|------------------------|-----------|
| | | |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (название кафедры) (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

_____ (ученая степень, ученое звание) _____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

_____ (ученая степень, ученое звание) _____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)