

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 31.01.2023 16:27:09
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

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

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Реклама и связи с общественностью
в государственных и негосударственных организациях
(наименование образовательной программы)

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

Б1.В.02 Семиотика медийного текста
(код и наименование РПД)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование направления подготовки)

очная
(форма обучения)

Год набора – 2022

Санкт-Петербург, 2022 г.

Автор-составитель:

Д.филол.н., доцент, профессор кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Глущенко О.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций
д.филол.н.

Ким М.Н.

РПД «Семиотика медийного текста» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 10 июня 2021 г. № 3.

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	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	7
4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	
Ошибка! Закладка не определена.	
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	13
6. Методические материалы для освоения дисциплины	15
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	20
7.1. Основная литература	20
7.2. Дополнительная литература	20
7.3. Нормативные правовые документы или иная правовая информация	20
7.4. Интернет-ресурсы	20
7.5. Иные источники	20
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	20

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

1.1. Дисциплина Б1.В.02 «Семиотика медийного текста» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПК-2	способен организовать продвижение готовых медийных продуктов и продуктов на этапе создания в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-2.1	способен извлекать недостающую графическую и (или) текстовую информацию, подбирать графические иллюстрации на веб-страницы для повышения конверсии; осуществлять мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
<p>ОТФ: поиск информации по тематике сайта (629, код В/01.5) Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> поиск и извлечение (копирование, сохранение) недостающей графической и (или) текстовой информации. <p>ОТФ: ведение новостных лент и представительств в социальных сетях (629, код В/04.5) Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации; подбор графических иллюстраций на веб-страницы для повышения конверсии; размещение новостей на сайте и в социальных сетях, контроль правильности работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга; настройка отображения новостей, анонсов мероприятий и других элементов на сайтах социальных сетей. <p>ОТФ: разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ (535, код В/02.6) Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ; согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом. 	ПК-2.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> семиотические аспекты технологий организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; высокий уровень знания русского языка (семантика, стилистика). <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> владеть различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов); писать аннотации к событиям и новостям; подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей с опорой на семиотическую природу коммуникации; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; работать с большими объемами информации.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов, 81 астроном. час.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах / в астрономич. часах)
Общая трудоемкость	108/81
Контактная работа с преподавателем	48/36 2/1,5 ч. консультации
Лекции	16/12
Практические занятия	32/24
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	22/16,5
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, тестирование, дискуссия, компетентностно-ориентированные задания
Форма промежуточной аттестации	Экзамен – 3 семестр

Место дисциплины. Учебная дисциплина Б1.В.02 «Семиотика медийного текста» (3 семестр) относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин, как «Социология», «Основы теории коммуникации» и др. Изучение дисциплины в 3 семестре предшествует изучению такой дисциплины, как «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью» (5 семестр), что обеспечивает успешное освоение компетенции владения основами профессиональной речи. Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения обучающимися следующими дисциплинами профессиональной подготовки: «Управление проектами в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях», «Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ.

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий	СР	

			Л/ДОТ	ЛР/ДО Т	ПЗ/ДО Т	КС Р		промежуточной аттестации
Очная форма обучения								
Тема 1	Семиотика и семантика: объект, предмет, задачи, история, категории	17	4		8		5	УО* / Д**/ Т***/ /КОЗ****
Тема 2	Знак. Знаковая система. Язык	13	4		4		5	УО*/ Т***/ КОЗ****
Тема 3	Невербальная семиотика	13	4		4		5	УО*/ Т***/ КОЗ****
Тема 4	Современные семиотические модели коммуникации	27	4		16		7	УО*/Т***/ КОЗ****/ГС*****
Промежуточная аттестация		36/27 2/1,5*						Экзамен
Всего:		108/81	16/12		32/24		22/16,5	

*Консультация входит в объем часов контактной работы
УО* – устный опрос
Д** – дискуссия
Т*** – тестирование
КОЗ**** – компетентностно-ориентированные задания
ГС***** – групповое собеседование

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Семиотика и семантика: объект, предмет, задачи, история, категории

Объект и предмет семиотики. Задачи семиотики. Основные разделы семиотики. Семиотика и другие отрасли знания. Из истории семиотических идей. Русские школы семиотики. Основные направления развития современной семиотики.

Объект семантики. Соотношение понятия и концепта. Концепт и архетип. Архетипы в рекламе. Семиотический механизм культуры.

Тема 2. Знак. Знаковая система. Язык

Понятие знака. Структура знака. Свойства знака. Семиозис как процесс знакообразования. Структура и классификация знаков. Типология знаков Ч. Пирса, Ч.У. Морриса. Место языкового знака в семиотической теории. Концепция Ф. де Соссюра. Общие свойства языкового знака. Структура языкового знака.

Значение в структуре языкового знака. Типология значений языкового знака. Компонентный анализ значения. Знаковая функция рекламного текста в современном мире. Специфика языка как знаковой системы.

Тема 3. Невербальная семиотика

Вербальная и невербальная семиотика. Теоретические предпосылки изучения невербальной семиотики. Направления в современной невербальной семиотике. Паралингвистические аспекты невербальной семиотики. Кинесика. Окулесика. Гаптика. Проксемика. Невербальная семиотика и изобразительное искусство.

Тема 4. Современные семиотические модели коммуникации

Теории категоризации в естественном языке: лингвоконцептология, теория метафор. Семантические теории второй половины XX – начала XXI вв.

Теория референции и ее преломление в медийном тексте. История формирования теории референции. Понимание текста и типы референции. Слова с референциальным значением. Референция высказывания. Теория референции и теория значения.

Теория речевых актов и ее преломление в медийном тексте. История формирования теории речевых актов. Речевой акт и его аспекты. Тенденции и перспективы развития теории речевых актов.

Прагматика медийного текста. История формирования теории прагматики. Виды коммуникации. Понимание текста и речевой ситуации. Прагматика и значение слова в рекламном тексте. Уровни восприятия текста. Концепции Э. Бенвениста, М.М. Бахтина, Ю.М. Лотмана. Модели изучения речевого поведения. Коммуникативные постулаты (Г.П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Лич). Вербальные и невербальные средства передачи информации в рекламном тексте и связях с общественностью.

Лингвокогнитивный анализ медийного текста. Семантические категории и способы их выражения.

Дискурсивный анализ медийного текста. Текст и дискурс. Аспекты анализа дискурса: семантический, прагматический, синтагматический. Рекламный дискурс и идеология.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.02 «Семиотика медийного текста» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, тестирование, компетентностно-ориентированные задания;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: собеседование (групповое), дискуссия.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

Таблица 5

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Семиотика и семантика: объект, предмет, задачи, история, категории	УО* / Д**/ Т***/ /КОЗ****
2. Знак. Знаковая система. Язык	УО*/ Т***/ КОЗ****
3. Невербальная семиотика	УО*/ Т***/ КОЗ****
4. Современные семиотические модели коммуникации	УО*/Т***/ КОЗ****

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Вопросы для устного опроса на семинарах

Вопросы для устного опроса по теме 1:

1. Что называют терминами «семиотика» и «семантика»? Как связаны семиотика и семантика?
2. Каков объект и предмет семиотики и семантики? Какие задачи решает семиотика?
3. Какие методы исследования применяются в семиотике?
4. В чем специфика основных направлений развития современной семиотики (биосемиотики, лингвосемиотики, абстрактной семиотики, общей семиотики, этносемиотики)?
5. С какими науками связана семиотика?

Вопросы для устного опроса по теме 2:

1. Что называют термином «знак»? Каковы общесемиотические свойства знака?
2. Какие подходы к пониманию природы знака вам известны?
3. Что называют термином «семиозис»? Каковы составляющие семиозиса?
4. Какие классификации знаков вам известны?

5. Какую классификацию знаков разработал Ч. Пирс?
6. Что лежит в основе классификации знаков Ч.У. Морриса?
7. Какими характеристиками обладает языковой знак?
8. Какова структура знака?
9. Что называют значением языкового знака? Какие теории значения языкового знака вы знаете?
10. Какие смыслы (уровни) плана содержания языкового знака принято выделять и по каким основаниям?
11. Как связаны между собой понятие и значение в структуре языкового знака?
12. Какие выделяют типы значений языкового знака по уровневой принадлежности означающего?
13. Какие выделяют типы значений языкового знака по степени обобщенности?
14. Какие выделяют типы значений языкового знака по характеру передаваемой информации?
15. Какие разновидности коннотации в семантике языкового знака вам известны?
16. Какие выделяют типы значений языкового знака по связи с определенным типом знаний?
17. По каким моделям происходит развитие семантики языкового знака (модели развития переносных значений слова)?
18. В чем заключается компонентный анализ слова?

Вопросы для устного опроса по теме 3:

1. Каков объект изучения в невербальной семиотике? Какие есть направления в невербальной семиотике?
2. Каковы характеристики единиц паралингвистической семиотики (в узком понимании термина)?
3. Каковы характеристики единиц кинетики?
4. Какие классы кинем вам известны?
5. Как проявляются национальные особенности кинем?
6. Каковы характеристики единиц окулесики?
7. Каковы характеристики единиц гаптики?
8. Что определяет специфику единиц проксемики?

Вопросы для устного опроса по теме 4:

1. Каков объект и предмет изучения в лингвоконцептологии и теории метафор?
2. Что такое теория референции и как она преломляется в медийном тексте?
3. Что такое теория речевых актов и каково ее преломление в медийном тексте?
4. Что включают в понятие «прагматика»? Какова прагматика медийного текста?
5. Что такое коммуникативные постулаты (Г.П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Лич)?
6. Каковы вербальные и невербальные средства передачи информации в рекламном тексте и связях с общественностью?
7. В чем заключается лингвокогнитивный анализ медийного текста?
8. Что такое дискурсивный анализ медийного текста?

Компетентностно-ориентированные задания

Задание: решите поставленные задачи, раскройте смысл и целесообразность осуществленных вами действий при решении задачи.

Тема 1

Задание 1. Определите тип знака по классификациям Ч. Пирса и Ч. Морриса.

Черный платок, еще не остывшая вода в чайнике, обручальное кольцо, звонок в учебном заведении, красная повязка на руке, поднятая рука.

Задание 2. Найдите лишнее в ряду слово. Мотивируйте свой ответ.

1) мука, перец, сахар, снег, соль

- 2) бегемот, кенгуру, лев, собака, стул
- 3) диван, кресло, скамейка, стул, табуретка
- 4) актриса, зайчиха, корова, лисица, львица
- 5) воробей, дракон, крокодил, пчела, самолет

Тема 2

Задание 3. Выполните прагматический анализ текста.

Текст для анализа

– Я просил не собирать грибов у меня в парке и около двора, оставлять моей жене и детям, но ваши девушки приходят чуть свет, и потом не остается ни одного гриба. Проси вас или не проси – это все равно. Просьба, и ласки, и убеждение, вижу, все бесполезно.

Он (инженер Кучеров) остановил свой негодующий взгляд на Родионе (крестьянин) и продолжал:

– Я и жена относились к вам, как к людям, как к равным, а вы! Э, да что говорить! Кончится, вероятно, тем, что мы будем вас презирать. Большие ничего не останутся!

И, сделав надо собой усилие, сдерживая свой гнев, чтобы не сказать еще чего-нибудь лишнего, он повернулся и пошел дальше.

Придя домой, Родион помолился, разулся и сел на лавку рядом с женой.

– Да... – начал он, отдохнув. – Идем сейчас, а барин Кучеров навстречу... Да... Девоч чуть свет видел... Отчего, говорит, грибов не несут... жене, говорит: я, говорит, с женой тебя презирать буду. Хотел ему в ноги поклониться, да сробел... Дай бог здоровья... Пошли им, господи...

(А.П. Чехов «Новая дача»)

Схема прагматического анализа текста

1. Характеристика субъекта речевой деятельности (кто таков говорящий).
 - 1.1. Представление субъекта о собственном социально-психологическом статусе (каким человеком видит себя говорящий).
 - 1.2. Представление субъекта о социально-психологическом статусе адресата (каким говорящий видит своего собеседника).
 - 1.3. Особенности прагматической пресуппозиции субъекта (что говорящему известно о ситуации на момент речи, какое на момент речи у него мнение о возможностях собеседника).
 - 1.4. Коммуникативно-прагматическая компетенция субъекта (каков речевой портрет говорящего, насколько умело он владеет языком).
 - 1.5. Коммуникативно-прагматические намерения субъекта. Средства эмпатии. Особенности построения высказывания (чего хочет добиться говорящий, какие слова он использует для достижения своей цели).
 - 1.6. Коммуникативно-прагматический расчет.
2. Анализ реплики-стимула:
 - 2.1. Прагматически ориентированные средства (в каких фрагментах высказывания и словах говорящий излагает свою цель и причины говорения).
 - 2.2. Языковые средства с оценкой действительности (в каких фрагментах текста и словах содержится оценка участников, событий, положения дел).
 - 2.3. Средства выражения категории истинности / ложности (какими аргументами говорящий доказывает свой тезис, какие приводит доводы и примеры).
 - 2.4. Иллокутивная функция высказывания (укажите перформативы).
 - 2.5. Языковые средства выражения отношения говорящего к адресату (какими словами и выражениями говорящий называет собеседника).
3. Объект речевой деятельности (кому предназначена речь говорящего, кто является слушателем)
 - 3.1. Представление объекта о собственном социально-психологическом статусе (как слушатель оценивает, называет себя).
 - 3.2. Представление объекта о социально-психологическом статусе адресанта (каким слушатель видит говорящего, как оценивает его функции).
4. Анализ реплики-ответа (есть ли ответ от слушателя на слова говорящего):

- 4.1. Указать все прагматически ориентированные средства: средства выражения истинности / ложности, отношения к адресанту (*что именно отвечает слушатель на слова говорящего*).
5. Анализ контекстного содержания (*какие действия со стороны слушателя последовали после слов говорящего, достиг ли своей цели говорящий и почему*).

Тема 3-4

Задание 4. Выполните дискурсивный анализ текста.

Текст для анализа

В Международный день родного языка корреспондент портала «Культура.РФ» поговорила с лингвистом Максимом Кронгаузом о том, как под влиянием интернета меняется русский язык, о новых правилах этикета в общении — и о культуре речи в целом.

— Как наш родной русский язык изменяется? Как на него влияют новые технологии?

— Некоторые трансформации во внешнем мире заставляют язык подстраиваться. Язык, который не меняется в этих условиях, перестает обслуживать главную функцию — коммуникацию. Ничего плохого в этих изменениях нет, но для пуристов это самое больное место, в дискуссиях возникают слова «порча языка», «деградация», «гибель», но это совсем не так! Трансформации в современном русском языке запущены перестройкой, и пик изменений пришелся на 1990-е годы. Еще одним важным событием для языка стал интернет, который принципиально изменил человеческую коммуникацию. Блогосфера и социальные сети повлияли прежде всего на общение в самом интернете, но отчасти и на состояние русского языка в целом.

— В соцсетях мы переписываемся короткими сообщениями, и многие стали замечать, что та же манера перекидывается и на живое общение. Как с появлением интернета поменялись языковые нормы?

— Это совершенно естественно. В интернете хотя мы вроде бы используем письменный язык, речь идет о живом общении, соответствующем нашей устной речи. Когда мы беседуем, мы почти не используем сложные предложения, причастные и деепричастные обороты, а если используем — то крайне редко. Современный язык интернета по своей структуре — это скорее устный язык.

— Но воспринимаем мы его как письменный.

— Но воспринимаем да, глазами. Именно поэтому вводятся дополнительные средства: например, крик мы обозначаем капслоком.

— Еще этикет соцсетей против точки в конце предложения. Если наш собеседник ее так поставил, мы расцениваем это либо как агрессию, либо как нежелание дальше вести диалог. Какое будущее у этого знака препинания?

— Есть две проблемы с точкой. Первая — это то, как точка взаимодействует со смайликами, особенно с «вырожденными» — в виде скобочек. Смайлики стали очень важным элементом общения. Смайлик обычно ставят в конце предложения — более того, это стало так привычно, что его отсутствие настораживает. Особенно, если мы говорим о людях моложе тридцати. Они если не видят в конце предложения смайлика, думают, что собеседник на них обижен. То есть нейтральным стало наличие смайлика, а не его отсутствие. Более того, он вытесняет точку. Смайлик хорошо сочетается с вопросительным знаком, и его функции на себя не берет. Точка же уже не нужна, если в конце предложения поставить одну или несколько скобочек. Вторая проблема, появившаяся уже независимо от смайликов: зачем ставить точку в конце целого сообщения? Если текст поста состоит из нескольких предложений, то внутри точка ставится, а в конце сообщения она избыточна, потому что у публикации есть рамочка и специально обозначать конец не нужно.

— А может быть, это приглашение к обсуждению, что-то вроде «открытого конца»?

— Я не думаю — это скорее экономия усилий. Язык вообще стремится к простоте, и если что-то не имеет практической или прагматической ценности — это что-то с трудом удерживается в языке. Отсутствие точки стало нейтральным, а вот ее присутствие нас настораживает. Возник эффект, которого, конечно, раньше не было.

— Как вы видите будущее русского языка, скажем, через 5–10 лет? Будем ли мы говорить на английском наравне с русским, как, например, в Голландии?

— Сила русского языка опирается, во-первых, на великую русскую литературу, которая имеет вполне современное продолжение, и, во-вторых, на огромную массу ленивых носителей, которые никогда не выучат иностранный язык. В этом смысле судьба Голландии нам не грозит. У русского языка могут возникнуть проблемы только по отдельным сферам употребления. Например, ученые часто переходят на иностранный язык, потому что им так удобнее. Или чтобы увеличить количество своих читателей, пишут на английском. Преимущество русского языка, к неудовольствию многих, в том, что он активно включается в любую сферу, например интернета: страшный «олбанский» и его наследники прекрасно существуют. И по охвату страниц в интернете мы идем на втором-третьем месте, конечно сильно отставая от английского, но тем не менее. Язык меняется, и это признак того, что он жив.

Беседовала Мария Пронина

План дискурсивного анализа текста

1. Род или жанр текста:
 - 1.1) естественный (спонтанный, неподготовленный или предварительно спланированный и подготовленный);
 - 1.2) вымышленный, художественный;
 - 1.3) инсценированный.
2. Пространственно-временные отношения в тексте (ситуация в тексте):
 - 2.1) общение «лицом к лицу»: одновременно и вблизи;
 - 2.2) опосредованное общение: одновременно, но на расстоянии, (разговор по телефону и др.).
3. Состав участников коммуникации:
 - 3.1) межличностный диалог в диаде;
 - 3.2) разговор в малой или большой группе.
4. Степень официальности разговора:
 - 4.1) непринужденное, фамильярное общение;
 - 4.2) нейтральное, неформальное общение;
 - 4.3) полуофициальное общение;
 - 4.4) официальное общение.
5. Социальные отношения собеседников:
 - 5.1) симметричные;
 - 5.2) асимметричные (антропологически: по возрасту, полу и т.д.; социокультурно; профессионально – по должности, по уровню компетенций; по разным функциям в самом разговоре).
6. Направленность коммуникативных действий в разговоре:
 - 6.1) директивная, побудительная;
 - 6.2) нарративная, повествовательная;
 - 6.3) аргументативная.
7. Степень знакомства собеседников:
 - 7.1) близкие люди;
 - 7.2) хорошо знакомые люди, в дружеских отношениях;
 - 7.3) знакомые люди;
 - 7.4) поверхностно, случайно знакомые люди;
 - 7.5) незнакомые, чужие люди.
8. Степень подготовленности коммуникантов:
 - 8.1) неподготовленные;
 - 8.2) подготовленные в силу обычая, привычки;
 - 8.3) специально подготовленные к данному диалогу.
9. Фиксированность темы:
 - 9.1) свободная тема;
 - 9.2) фиксированная тематическая область;
 - 9.3) особо фиксированная особая тема.
10. Отношение коммуникации к практической деятельности:
 - 10.1) включенное в практическую деятельность;
 - 10.2) не включенное в практическую деятельность.

Примеры вопросов для дискуссии (тема 1)

Задание: изучите литературу и презентационные материалы по ссылке (<https://yadi.sk/d/26706SHa-rBkww?w=1>) по истории русской семиотики и подготовьтесь к дискуссии по каждой семиотической концепции.

1. Семиотика культуры и поведения в концепции Ю.М. Лотмана:
 - Какая биографическая информация о Ю.М. Лотмане вам известна?

- Как трактуется культура в концепции Ю.М. Лотмана?
- Что такое семиосфера?
- Какие символы и концепты характеризуют русскую культуру XVIII-XIX вв.?

Примеры тестовых заданий

Тема 1

1. Наука о знаковых системах разной природы называется ... *(напишите термин)*
2. Семиотика черпает свой материал из лингвистики, биологии, психологии, этнографии, социологии, истории культуры и литературы и других наук, а также отдает этим наукам свои обобщения:
 - *Да*
 - *Нет*
3. Лингвистическая дисциплина, изучающая план содержания языка в целом, значение различных языковых единиц, их функционирование в речи, наука о значении – это ... *(напишите термин)*
4. Прагматика – это раздел семиотики, в котором изучается отношение знака к тому, кто им пользуется:
 - *Да*
 - *Нет*

Тема 2

1. Языковой знак – это языковая сущность (единица языка или комбинация единиц), заменяющая или указывающая на внеязыковую сущность (предмет, свойства, отношения, события, положение дел), когда последняя становится предметом мыслительной речевой деятельности:
 - *Да*
 - *Нет*
2. В рамках унилатеральной теории языкового знака знаком называется одна из его сторон – материальная или идеальная:
 - *Да*
 - *Нет*
3. Сторонники билатеральной теории языкового знака считают его двусторонней единицей, включающей в себя план содержания и план выражения:
 - *Да*
 - *Нет*
4. Языковая форма может быть названа термином «означаемое»:
 - *Да*
 - *Нет*
 - *Нет*

Тема 3

1. Вербальные средства выражения – это исключительно глагол и все его формы:
 - *Да*
 - *Нет*
2. Невербальные средства выражения – это все неглагольные формы:
 - *Да*
 - *Нет*
3. Наука о звуковых кодах невербальной коммуникации – это ... *(напишите термин)*
4. Наука о жестах и жестовых движениях, о жестовых процессах и жестовых системах – это ... *(напишите термин)*

Тема 4

1. Инициатор коммуникативного процесса, тот, у кого возникает потребность в создании и передаче какого-либо сообщения:

1. Отправитель
2. Адресат
3. Получатель

2. Условное преобразование, взаимно однозначное и обратимое, с помощью которого сообщения могут быть переведены из одной системы знаков в другую:

1. Канал
2. Символ
3. Код

3. Осмысленная и соответствующим образом закодированная информация:

1. Сообщение
2. Канал
3. Источник

4. Основная цель коммуникации – это ...

1. Передать информацию
2. Оказать влияние на поведение
3. Наладить и поддержать отношения

Групповое собеседование (тема 4)

Задание: раскройте толкование термина.

Примеры терминов:

1. Аксиома асимметрии языкового знака
2. Аксиома произвольности языкового знака
3. Аксиома структурности языкового знака
4. Актуальное значение
5. Атомистическая концепция знака
6. Аускультация
7. Билатеральная теория языкового знака
8. Биосемиотика
9. Вариантность
10. Вербальные средства
11. Виртуальное значение
12. Гаптика
13. Гастика
14. Денотат

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам и выполнение практического задания.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 6

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-2.1	Студент применяет знание семиотических механизмов при подборе вербальных и невербальных текстов, при их обработке для эффективной коммуникации.	Студент обосновывает выбор вербальной и невербальной информации, грамотно и с опорой на методологические основы семиотики рекомендует использование текстов и графических элементов в коммуникации.

На экзамене осуществляется опрос по вопросам, каждый студент отвечает на 2 вопроса. Также перед устным ответом на экзамене студент проходит тестирование. В процессе собеседования по вопросам студенту предлагается выполнить относящееся к материалу устного вопроса практическое задание, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Русские школы семиотики: персоналии, аспекты семиотических исследований (на примере 1-2 исследователей по выбору студента).
2. Соотношение семиотики и семантики (с разбором примера).
3. Основные направления развития современной семиотики: научные течения, методы, проблематика.
4. Соотношение понятия и концепта (на примере медийного текста).
5. Преломление понятия «картина мира» в исследованиях медийного текста.
6. Понятие знака. Структура знака.
7. Общесемиотические свойства знака.
8. Семиозис как процесс знакообразования.
9. Универсальные классификации знаков.
10. Типология знаков Ч. Пирса.
11. Типология знаков Ч.У. Морриса.
12. Знаковая концепция Ф. де Соссюра.
13. Специфика и структура языкового знака.
14. Значение в структуре языкового знака.
15. Типология значений языкового знака.
16. Компонентный анализ значения языкового знака (на примере фрагмента медийного текста).
17. Специфика языка как знаковой системы.
18. Взаимодействие вербальных и невербальных средств передачи информации в тексте (на примере медийного текста).
19. Паралингвистические аспекты невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
20. Кинесика как часть невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
21. Окулесика как часть невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
22. Гаптика как часть невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
23. Проксемика как часть невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
24. Теория референции и ее преломление в медийном тексте.
25. Теория речевых актов и ее преломление в медийном тексте.
26. Прагматика медийного текста.
27. Коммуникативные постулаты (Г.П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Лич) и их реализация в медийном тексте.
28. Лингвокогнитивный анализ медийного текста.
29. Дискурсивный анализ медийного текста.
30. Знаковая функция рекламного текста в современном мире.

Пример практического задания

Ситуация. В компании разработали рекламную листовку. Вам, как специалисту, необходимо оценить ее семиотический потенциал и порекомендовать необходимые исправления.



Задание: Составьте мнение о целесообразности редактирования рекламного материала. Обоснуйте свою точку зрения с опорой на семиотические критерии анализа информации.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

В институте устанавливается следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки:

Таблица 7

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	А
86-95	отлично	В
71-85	хорошо	С
61-70	хорошо	Д
51-60	удовлетворительно	Е

Описание системы оценивания

Таблица 8

<i>Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)</i>	<i>Показатели оценки</i>	<i>Критерии оценки</i>
Устный опрос	Корректность и полнота ответов	Полный и верный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Компетентностно-ориентированные задания	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный примерами ответ – 3 балла Неполный ответ с примерами – 2 балла Неполный ответ без примеров – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Дискуссия	Задание демонстрирует навыки подготовки текста для публичного выступления, грамотное лингвистическое оформление текста, умение подобрать и донести до аудитории свои аргументы.	Задание выполнено без ошибок, все аргументы в публичной дискуссии защищены – 5 баллов Задание выполнено частично, отдельные тезисы не подкреплены аргументами – 3 балла Задание не выполнено – 0 баллов
Тестирование	Процент правильных ответов на вопросы теста	Тестирование по темам: Менее 60% – 0 баллов 61 – 75% – 1 балл 76 – 90% – 2 балла 91 – 100% – 3 балла Итоговое тестирование перед зачетом: Менее 60% – 0 баллов 61 – 75% – 6 баллов 76 – 90% – 8 баллов 91 – 100% – 10 баллов
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением примеров	Полный иллюстрированный ответ на вопрос – 5 баллов Неполный ответ на вопрос (неполные теоретические положения или недостает примеров) – 4 балла Неполный ответ на вопрос без приведения примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов

Экзамен проходит в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания. Каждый студент отвечает на 2 вопроса. На подготовку к ответу дается 45 минут. Перед устным ответом на экзамене проводится итоговое тестирование по материалам тестов всех тем. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 7, и материалами, выложенными в ДОТ.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке

письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания. Собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Тестирование. В конце каждой темы предусмотрено рубежное тестированию. Итоговое тестирование проводится по всему содержанию дисциплины (по материалам всех тестов по темам) на последних семинарских занятиях.

Самостоятельная внеаудиторная работа по дисциплине предусматривает:

- 1) составление словаря терминов для подготовки к тестированию по темам;
- 2) подготовка к дискуссии (по истории русской семиотики).

Целью самостоятельной работы является расширение и углубление теоретических знаний по семиотике и семантике.

Словарь терминов (80 терминов) составляется в отдельной тетради. При подготовке словаря терминов студент использует литературу из списка основной и дополнительной литературы, а также материалы лекций. Проверка данного вида работы осуществляется на последних семинарских занятиях путем собеседования по терминам: каждый студент должен без дополнительного времени на подготовку дать определение не менее чем 10 терминам (на выбор преподавателя) из списка терминов.

Список терминов:

15. Аксиома асимметрии языкового знака
16. Аксиома произвольности языкового знака
17. Аксиома структурности языкового знака
18. Актуальное значение
19. Атомистическая концепция знака
20. Аускультация
21. Билатеральная теория языкового знака
22. Биосемиотика
23. Вариантность
24. Вербальные средства
25. Виртуальное значение
26. Гаптика
27. Гастика
28. Денотат
29. Денотативное значение
30. Десигнат
31. Дискурс
32. Естественный знак
33. Знак
34. Знак посттекста
35. Знак предтекста
36. Знак-диаграмма
37. Знак-индекс
38. Знак-образ
39. Знак-символ
40. Иконический знак
41. Интерпретатор
42. Искусственный знак
43. Кинема
44. Кинесика
45. Коммуникация

46. Компонентный анализ значения
47. Конвенциональный знак
48. Коннотация
49. Концепт
50. Лексическое значение
51. Лингвистическое (ближайшее) значение
52. Лингвoseмиотика
53. Морфемное значение
54. Наивное понятие
55. Невербальные средства
56. Неэлементарный знак
57. Общая семиотика
58. Означаемое
59. Означающее
60. Окулесика
61. Ольфакция
62. Парадигматика
63. Паралингвистика
64. Понятие
65. Прагматика
66. Прагматическое значение
67. Проксемика
68. Просодика
69. Референт
70. Сема
71. Семантика
72. Семиозис
73. Семиология
74. Семиотизация
75. Семиотика
76. Сентенциональное значение
77. Сигнификативное значение
78. Синтагматика
79. Синтаксическое значение
80. Синтактика
81. Система языка
82. Системология
83. Текстовое значение
84. Узуальное значение
85. Унилатеральная теория языкового знака
86. Фонетическое значение
87. Холистическая концепция знака
88. Хронемика
89. Экстралингвистическое (дальнейшее) значение
90. Элементарный знак
91. Этносемиотика
92. Языковая форма
93. Языковой знак
94. Языковой код

Компетентностно-ориентированное задание. На каждом семинарском занятии для закрепления теоретического материала студенты выполняют устные компетентностно-

ориентированные задания, в том числе задания по семиотического анализу медийного текста или его фрагментов.

План семиотического анализа медийного текста

1. Опишите референтную ситуацию текста.
2. Чем мотивировано членение текста и выбор заголовков?
3. Найдите слова с ярко выраженным референтным значением (местоимения, имена собственные и др.). С какими объектами внеязыковой действительности связаны данные слова?
4. Найдите слова с оценочным значением, опишите их семантику с учетом контекста.
5. Какие перформативы вы увидели в тексте и каков их смысл?
6. Какие средства выразительности используются в тексте и для достижения какого эффекта? Какие образы должны возникнуть в сознании читателя и зачем?
7. Какова presupпозиция текста (что было известно до этого текста, предшествовало высказыванию)?
8. В чем заключается ассерция текста (что утверждается в тексте, к чему призывает автор, что спрашивает)?
9. Какова illocutionary сила текста (каковы намерения автора и как он о них заявляет, на кого ориентирован текст, достигнута ли цель текста)?
10. С какой целью к тексту прилагаются иллюстрации? Ко всем ли иллюстрациям есть отсылка в тексте? Насколько эффективно для достижения основных целей использован иллюстративный материал?

Работа со списком литературы. Основная и дополнительная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература рекомендована при изучении тем 1-2.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверки личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для экзамена и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения экзамена могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеорекамеры. Видеорекамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для экзамена, преподаватель имеет право выставить оценку «неудовлетворительно».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к экзамену.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Елина Е.А. Семиотика рекламы. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. – <http://idp.nwipa.ru:2945/1120.html>
2. Токарев Г.В. Введение в семиотику. – М.: Флинта, 2013. – <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=337929>

7.2. Дополнительная литература

1. Сосновская А.М. Семиотика и семантика рекламы и связей с общественностью. – СПб.: СЗИУ РАНХиГС, 2013.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются.

7.4. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- 1) <http://www.gramota.ru>
- 2) <http://www.slovari.ru>

7.5. Иные источники

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций РГБ*
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

Англоязычные ресурсы

- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

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

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.

Технические средства обучения

Таблица 9

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.