

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.08

Основы семиотики

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК АКиВКвБ ОО №1-1-163.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Арт-коммуникации и визуальная культура в бизнесе
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
6	УП	34	34	39,75	0,25	Зачет
	РПД	34	34	39,75	0,25	
Итого	УП	34	34	39,75	0,25	
	РПД	34	34	39,75	0,25	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов
Александрович

Михаил

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов
Александрович

Михаил

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в сфере исследования и использования в профессиональной сфере знаковых явлений и семиотических процессов.

1.2 Задачи дисциплины:

- познакомить обучающихся с основными понятиями семиотики и принципами организации и функционирования знаковых систем;
- сформировать представление о семиотической структуре коммуникации;
- научить применять правила семиотического анализа знаков, знаковых систем, знаковых процессов и коммуникативных ситуаций.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Корпоративные коммуникации
- Маркетинг социальных медиа
- Основы сторителлинга
- Медiateкст и основы копирайтинга
- Социология и психология массовых коммуникаций
- Фирменный стиль и основы дизайна
- Основы теории коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен осуществлять авторский надзор за выполнением работ по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Знать: основы семиотического анализа, способы применения семиотических концепций в построении рекламного сообщения и прикладных коммуникациях в целом; принципы осуществления авторского надзора на семиотическом уровне коммуникации;

Уметь: применять методы семиотики при анализе, проектировании и оценке прикладных коммуникаций, осуществлять компетентный авторский надзор за выполнением работ по созданию объектов визуальной информации;
--

Владеть: навыками разработки коммуникационных продуктов с учетом семиотических закономерностей коммуникативных процессов, определенных социальных отношений и социальных смыслов; навыком авторского надзора на семиотическом уровне коммуникаций.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Введение в теорию знака	6					Пр
Тема 1. Знак и символ. Семиозис. Понятие и общая характеристика семиотики Основные понятия семиотики: знак, код, текст, язык, знаковый процесс и знаковая система. Характеристика и типы знака. Значение знака. Знак в различных разделах семиотики Треугольник Фреге. Понятие кода. S-код. Принципы установления, использования и дешифровки кодов. Процесс восприятия человеком (субъектом восприятия) текста. Практическое занятие: Понятие кода. S-код. Принципы установления, использования и дешифровки кодов. Процесс восприятия человеком (субъектом восприятия) текста.		2	2	3	ИЛ	
Тема 2. Система семиотической информации. Понятие информации. Широта применения и размытость термина информация. Основной синонимический ряд: данные, сведения, материал, содержание, отражение, сообщение, знание. Определение информации по синонимическому ряду. Границы употребления понятия: смысл - информация - шум. Выделение информации в ряду Вещество, Энергия, Информация (Г. Клаус). Практическое занятие: Историческая особенность возникновения термина информация: кибернетика и теория информации. Клод Шеннон и Норберт Винер.		2	2	6	ИЛ	
Тема 3. История семиотических идей. Развитие представлений о знаках и языках. Принципы семиотики философа Чарльза Сандерса Пирса. Лингвистическая концепция Фердинанда де Соссюра. «Учение о презентативном символизме» Сусанны Лангер. Семиотические идеи Чарльза Морриса. Вклад русских ученых в развитие семиотики (В.В.Иванов, В.Н.Топоров, В.А.Успенский, Ю.М.Лотман, Б.М.Гаспаров). Практическое занятие: Семиотические идеи Чарльза Морриса. Вклад русских ученых в развитие семиотики (В.В.Иванов, В.Н.Топоров, В.А.Успенский, Ю.М.Лотман, Б.М.Гаспаров).	2	3	4	ГД		

<p>Тема 4. Теория кодов. Коды как системы знаков.</p> <p>Характеристика и функции кода. Функциональный подход к описанию кодов У.Эко. Классификация кодов: в зависимости от характера договоренности, природы носителя, сферы употребления и степени распространения конвенции</p> <p>Практическое занятие: Понятие денотации и коннотации.</p> <p>Практическое занятие: Семиотические исследования Ролана Барта. Диалектика мифа Лосева А. Кодирования информации адресантом.</p>	4	2	4	ИЛ	
<p>Тема 5. Подходы к классификации знаков.</p> <p>Понятие знака и его основные характеристики (коммуникативность, социальность, системность, материальность). Заместительная функция знака. Типология знаков. Классификация знаков Ч. Пирса (иконы, символы, индексы). Отличительные черты языкового знака.</p> <p>Практическое занятие: Концепт и сигнификат знака. Сравнительная характеристика символа и знака.</p>	4	4	2	АС	
<p>Тема 6. Символы и конвенциональные знаки.</p> <p>Понятие символов и конвенциональных знаков. Отличительные характеристики символов и конвенциональные знаки. Функциональное назначение символов и конвенциональных знаков. Область применения конвенциональных знаков в современном мире.</p> <p>Практическое занятие: Системы конвенциональных знаков. «Двуслойное» строение символов.</p>	2	4	2	ГД	
<p>Раздел 2. Семиологические особенности процесса коммуникации</p>					
<p>Тема 7. Процесс создания сообщения коммуникатором.</p> <p>Понятие коммуникационного процесса. Его основные компоненты: субъекты коммуникационного процесса, средства, предмет и эффект коммуникации. Коммуникационная модель К. Шеннона. Элементы коммуникационной цепи.</p> <p>Практическое занятие: Этапы коммуникативного процесса. Исследования процесса коммуникации В. фон Гумбольдта.</p>	2	3	4	ИЛ	Д,З

<p>Тема 8. Правила эффективной коммуникации.</p> <p>Организация коммуникативного процесса. Роль и место психических явлений (ощущения, восприятия, воображения, памяти, мышления, речи) в коммуникативном процессе. Требования к информации в коммуникационном процессе. Практическое занятие: Понятие «эффективная коммуникация». Правило эффективности коммуникации А. Моля. Коммуникативные эффекты.</p>	4	4	4	РИ	
<p>Тема 9. Структура рекламной коммуникации.</p> <p>Функции языка, речи и текста. Модель Якобсона. Аспекты коммуникации: семантический, выразительный (экспрессивный), прагматический (побудительный), синтаксический, фатический, поэтический (эстетический). Репрезентативное и эмоциональное поле информации. Практическое занятие: Рекламные коммуникации. Технологии манипуляции, убеждения, внушения, увещевания.</p>	2	2	4	ИЛ	
<p>Тема 10. Семантический аспект информации.</p> <p>Смысл, содержание информации: характеристика, функции, сходство и отличие. Понятие семантического фильтра, семантического шума. Тезаурус. Мера соответствия сообщения тезаурусу. Экспрессивность рекламного сообщения. Практическое занятие: Возможности экспрессивности как сущностной характеристики рекламного послания. Денотат текста.</p>	2	3	2	ГД	
<p>Тема 11. Синтагматика и парадигматика коммуникации.</p> <p>Характеристика понятий: парадигма и синтагма. Комбинации элементов рекламного сообщения. Основоположник учения о парадигматических и синтагматических отношениях между единицами языка Фердинанд де Соссюра. Практическое занятие: Парадигматические отношения. Синтагматические отношения.</p>	4	3	2,75	РИ	

Тема 12. Структурный анализ рекламных обращений. Понятие и свойства уникального торгового преимущества. Структурный анализ рекламных обращений. Специфика анализа объекта рекламы, адресанта, адресата, основного преимущества, аргументации, мотивации. Семиотически неоднородные (креолизованные) тексты: характеристика, примеры. Иконический компонент рекламного текста. Особенности восприятия рекламного сообщения потребителем. Практическое занятие: Виды рекламы, в зависимости от степени креолизованности текста: элитарная реклама, сентиментальная реклама, морализующая реклама.		4	2	2	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		34	34	39,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		68,25		39,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-3	называет принципы семиотического анализа и принципы осуществления авторского надзора на семиотическом уровне коммуникации; использует методы семиотики при анализе, проектировании и оценке объектов визуальной информации; разрабатывает медиапродукты с учетом семиотических закономерностей коммуникативных процессов, определенных социальных отношений и культурных смыслов.	Вопросы для устного собеседования Тест Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий понимание семиотического процесса, знание терминологии, отражающее знание типов и форм коммуникации. Критический подход к материалу, умение проиллюстрировать теоретические положения примерами, в том числе связанными с профессиональной деятельностью. Практические задания выполнены правильно или с несущественными ошибками, анализ конкретной ситуации произведен в достаточно полном объеме. Устный ответ строится как текст, полностью соответствующий требованиям коммуникативной ситуации, нормативности, точности.	

Не зачтено	<p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки при выполнении практического задания. Неумение построить логичный, связный, точный, правильный текст устного ответа. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p>	
------------	--	--

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 6	
1	Роль знаковых систем в жизни человека. Знаковая коммуникация как предмет семиотики.
2	Семантический треугольник Г. Фреге: знак – смысл – значение.
3	Основные понятия семиотики. Ее объект, предмет, проблематика.
4	Семиотика Ч.С. Пирса и семиология Ф. де Соссюра.
5	Семиотические идеи Ч.У. Морриса.
6	Основные постулаты тартуско-московской семиотической школы. Идеи Ю.М. Лотмана, Б.А. Успенского.
7	Роль знака в производстве информации.
8	Синонимический ряд: определению, состав, границы.
9	Знаки-индексы в различных классах знаковых систем.
10	Различные подходы к классификации кодов.
11	Понятие денотации и коннотации.
12	Семиотические исследования Ролана Барта.
13	Понятие знака и его основные характеристики.
14	Понятие знака, различные подходы к определению и описанию знака.
15	Типология знаков по Ч. Пирсу.
16	Назначение символов и конвенциональных знаков.
17	Системы конвенциональных знаков.
18	Сравнительная характеристика символов и конвенциональных знаков.
19	Коммуникативный процесс: понятие, характеристика, структура.
20	Этапы коммуникативного процесса.
21	Коммуникативная модель К. Шеннона.
22	Организация коммуникативного процесса.
23	Коммуникативные эффекты: определение, виды, область применения.
24	Роль и место психических явлений в коммуникативном процессе.
25	Рекламные коммуникации как инструмент социального управления.
26	Язык, речь и текст: определение, функции, сходство и отличие.
27	Основные аспекты и цели коммуникации.
28	Понятие семантического фильтра, семантического шума.
29	Денотативное пространство текста.
30	Особенности восприятия информации человеком.
31	Парадигматические отношения между единицами языка.
32	Синтагматические отношения между единицами языка.
33	Структурный анализ рекламных обращений.
34	Семиотически неоднородные тексты: характеристика, применение в рекламе, примеры.

5.2.2 Типовые тестовые задания

- 1 Семиозис это
 - 1) процесс производства знаков
 - 2) процесс, в котором нечто функционирует как знак
 - 3) пространство, заполненное различными по своей природе знаками
 - 4) раздел семиотики, изучающий историю появления и развития знаков
- 2 Кому принадлежит следующая модель знака: круг, разделенный напополам, репрезентирующий план выражения и план содержания?
 - 1) Ч. Пирсу
 - 2) Ф. де Соссюру
 - 3) Г. Фреге
 - 4) Р. Барту
- 3 Абстрактное понятие, представление о некоем обобщенном предмете, подходящем к каждому из конкретных предметов, - это
 - 1) экспонент
 - 2) денотат
 - 3) сигнификат
 - 4) коннотат
- 4 Специфическим свойством языкового знака не является
 - 1) универсальность
 - 2) произвольность
 - 3) асимметрия означающего и означаемого
 - 4) вариативность
- 5 Какое из следующих свойств знака не является обязательным?
 - 1) двусторонность
 - 2) мотивированность
 - 3) преднамеренность
 - 4) обусловленность системой
- 6 В языковой системе не являются знаками
 - 1) звуки
 - 2) морфемы
 - 3) словосочетания
 - 4) предложения

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Что такое «знаковая ситуация»? Подготовить анализ любой знаковой ситуации.
2. Подготовить краткий доклад на тему «Знаки культурного семиозиса».
3. Описать семиозис мифологического текста / мифологемы.
4. Подготовить презентацию собственного микроисследования по семиотике.
5. Предложите адекватные на ваш взгляд иконические знаки в рекламном тексте.
6. Сравните представление о знаковой ситуации у Ч. Пирса, Ч. Морриса и Ф. де Соссюра.
7. Как вы понимаете слова Ч. Пирса, что «всякая мысль есть знак»? Какие типы знаков Ч. Пирса используются и современными учеными-семиотиками?

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная + Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устный экзамен.
Время на подготовку - 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Скребцова, Т. Г.	Лингвистика дискурса: структура, семантика, прагматика	Москва: Издательский Дом ЯСК	2020	http://www.iprbookshop.ru/115260.html
Кристева, Ю., Орлова, Э. А.	Семиотика: исследования по семанализу	Москва: Академический проект	2020	http://www.iprbookshop.ru/110007.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Елина, Е. А.	Семиотика рекламы (2-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2016	http://www.iprbookshop.ru/57150.html
Зализняк, А. А., Шмелев, А. Д.	Исследования по русской и компаративной семантике	Москва: Издательский Дом ЯСК	2021	http://www.iprbookshop.ru/115254.html
Золян, С. Т.	Юрий Лотман: о смысле, тексте, истории. Темы и вариации	Москва: Издательский Дом ЯСК	2020	http://www.iprbookshop.ru/97626.html
Марков, А. В.	От знака к знанию. Четыре лекции о том, как семиотика меняет мир	Москва: РИПОЛ классик	2018	https://www.iprbookshop.ru/118831.html
Ежова, Е. Н.	Лингвистика рекламного текста	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2018	http://www.iprbookshop.ru/92555.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска