Якунин Александр Васильевич,

кандидат филологических наук

Кафедра медиадизайна и информационных технологий

Журналистика, магистратура, 6 курс

3 семестр

2013-2014 уч. г.

**СЕМИОТИКА ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ**

**Курс по выбору**

Современные средства массовой информации, транслируемые в глобальной информационной сети, обладают мощной силой воздействия на общественное сознание – они не только определяют мировосприятие субъекта массовой коммуникации, но в значительной степени формируют дискурс и тезаурус современной культуры. В связи с этим остро встает вопрос о необходимости исследования семиотических особенностей сетевой коммуникации, анализ языка Интернет-СМИ в широком контексте социально-политических и культурных семиотических систем. Интернет-СМИ сегодня выступают своеобразной медиалабораторией, в которой осуществляется непрерывный поиск новых форм представления текста и новых форм интерактивной коммуникации с массовой аудиторией. И семиотика создает основу для понимания подобной инновационной деятельности, поскольку все дизайнерские решения прежде всего находят выражение в знаках.

Предлагаемый курс посвящен исследованию Интернет-СМИ как системы знаковых отношений, функционирующих в пространстве современной массовой коммуникации. Анализ сетевых средств массовой информации как совокупности знаковых систем позволяет увидеть внутреннее единство всех языковых средств, используемых в электронных публикациях, вне зависимости от формата материала. Работа в данном семинаре поможет студентам глубже усвоить принципы, лежащие в основе ценностных, прагматических и культурных процессов смыслообразования, идущих в современных Интернет-СМИ, понять механизмы восприятия и интерпретации знака в сознании массовой аудитории, учет которых необходим при исследовании Интернет-изданий. Участники семинара познакомятся с семиотическими моделями и способами передачи информации, актуальными для Интернет-СМИ, научаться воспринимать и анализировать процессы массовой коммуникации на различных уровнях семиотической организации медиатекста. Практический опыт работы на семинаре, связанный с анализом видео-, аудио- и фотоматериалов в рамках семиотического дискурса, позволит студентам более глубоко вникнуть в суть процессов медиаконвергенции.

**План практических занятий**

**Занятие 1.** **Интернет-СМИ как предмет семиотического анализа.**

Язык массовой коммуникации в сети Интернет как совокупность знаковых систем. Специфика медиатекста в Интернет как носителя информации и смысла. Особенности восприятия и интерпретации текста на электронном носителе с семиотической точки зрения.

**Занятие 2.** **Семиотическое поле Интернет-СМИ (смыслы, знаки, ценности, символы).**

Семиотическое поле массовой коммуникации в Интернет: использование естественных языков, функциональных, иконических, конвенциональных, вербальных, знаковых систем записи.

**Занятие 3. Специфика знака как элемента сетевого медиатекста.** Типология знаковых систем, используемых в Интернет-СМИ: образные, конвенциональные, натуральные и др.

**Занятия 4. Структурные отношения в семиотическом дискурсе Интернет-СМИ.**

Синтактика, семантика, прагматика и их закономерности в Интернет-СМИ.

**Занятие 5.** **Человек как создатель и интерпретатор знака в тексте Интернет-СМИ.** Преломление треугольника Огдена-Ричардса, денотат и концепт, знаковая ситуация.

**Занятие 6. Соотношение знака и смысла в процессах Интернет-коммуникации.** Классификация культурных смыслов (личностные и социальные, рациональные и иррациональные). Культурные символы, используемые в Интернет-СМИ.

**Занятие 7.** **Социально-диалогические факторы в семиотике Интернет-СМИ.** Знак, символ, миф в массовой коммуникации в среде Интернет. Идея медиации как ведущего фактора реализации семиотического дискурса.

**Занятие 8.** **Интернет-СМИ как вербальная знаковая система.** Использование исторически сложившихся естественных языков в текстах электронных изданий: особенности фонетики, лексики, грамматики в языке СМИ. Полисемия лексических средств языка и стилистическое расслоение лексики, их реализация в стилистике «новых медиа». Проблемы социокультурной и территориальной дифференциации языка в Интернет-изданиях. Коммуникативная и когнитивная функции.

**Занятие 9.** **Семиотика событийности в Интернет-СМИ.** Проблема объективности сообщений в Интернет-СМИ, Управление эмоциональностью в новостном дискурсе. Методы акцентуации внимания аудитории с помощью распределения приоритетов в представляемой новостной ленте (события «переднего плана» и «фоновые»). Идея события, рефферентное и текстовое событие. Создание интерпретационных координат в тексте-сообщении о событии. Динамическая и статическая предикация, грамматические средства эвиденциальности.

**Занятие 10.** **Знаки, смыслы, ценности социально-политического пространства, используемые в Интернет-СМИ**

Специфика государственно-политической культуры как объекта семиотического анализа. Анализ политических символов, духовных ценностей, смыслов, присутствующих в медиадискурсе Интернет-СМИ. Поведение, жесты, костюм, публичные речи политиков как отображение специфической семиотики.

**Занятие 11.** **Семиотика Интернет-СМИ как интерактивных средств массовой коммуникации.**

Семиотические аспекты обмена информацией в пространстве Интернет: коммуникативный, интерактивный и перцептивный. Семиотические особенности мультимедийных средств коммуникации. Медиа-среда и медиа-культура. Конвергентные формы коммуникации ХХ-ХХ1 вв., интегрирующие печатные, аудио-визуальные, интерактивные коммуникации. Практики и технологии коммуникации. Многообразие форм подачи содержания. Обилие информации, ее плотность, многообразие по оценкам и смыслам. Влияние СМИ на все аспекты человеческой жизни. Роль глобализации в распространение массовой информации и массовой культуры. Различные оценки современных коммуникационных сетей и связей.

**Рекомендуемые примерные темы курсовых работ**

1. Использование семиотических моделей коммуникации в «социальных медиа».
2. Взаимодействие естественного и функционального языков в визуальных коммуникациях электронных изданий.
3. Политические коммуникации как фактор семиотических значений в языке Интернет-СМИ.
4. Семиотические аспекты интерактивных форм коммуникации в Интернет-СМИ.
5. Специфика семиотической организации мультимедийной коммуникации в среде Интернет.
6. Семиотика событийности в новостных «новых медиа».

**Критерии оценки (курсовая работа)**

I группа – содержательные критерии

1. Значимость и актуальность рассматриваемых в курсовой работе проблем, адекватность их изучаемой тематике;
2. Корректность используемых методов исследования и методов обработки получаемых результатов;
3. Необходимая и достаточная глубина проникновения в проблему; привлечение знаний из других областей;
4. Доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

II группа – организационные критерии

1. Активность исполнителя курсового проекта в совместном обсуждении творческих задач, возникающих в процессе написания работы (в соответствии с его индивидуальными возможностями);
2. Соблюдение требований к оформлению курсового проекта в соответствии с принятыми для данного типа работ стандартами;
3. Умение грамотно, лаконично и аргументированно отвечать на возражения и вопросы во время процедуры защиты курсовой работы.

«Отлично» - работа соответствует всем критериям обоих групп, или всем критериям первой группы при неполном соответствии критериям группы второй (1-2 критерия).

«Хорошо» - при неполном соответствии критериям первой группы (минимум 2), но полном соблюдении критериев группы второй. Или при полном соответствии критериям первой группы – но при нарушении всех критериев группы второй.

Во всех остальных случаях ставится «удовлетворительно».

В случаях обнаружения плагиата, несоответствия темы содержанию, срыве контрольного срока по неуважительной причине работа не засчитывается.

На завершающем этапе работы над курсовой работой предусмотрена процедура защиты. Взаимного рецензирования курсовых работ студентами группы не предусмотрено.

В качестве дополнительных требований к оформлению работы следует назвать обязательное предоставление CD/DVD диска с записью примеров и результатов разработки в электронной форме.

Студент имеет возможность исправить (повысить) оценку за курсовую работу: для этого необходимо в течение двух недель внести в работу исправления, соответствующие полученным в процессе защиты замечаниям.

**Критерии оценки (зачет)**

В качестве формы текущего контроля по спецсеминару предусмотрен зачет. Форма проведения зачета - собеседование по вопросам, обозначенным в билете. Все вопросы соответствуют списку, предполагаемому программой. Студенту предоставляется возможность произвольного выбора билета, на подготовку ответа студенту дается 45 мин, на сам ответ – 15-20 мин.

Оценка «Отлично» ставится, если студент демонстрирует уровень теоретических знаний и практических навыков, полностью соответствующий содержанию темы. Оценка «Хорошо» ставится, если студент испытывает затруднения при ответе на один из вопросов, но в состоянии представить общее понимание стоящей за ним проблемы или уверенно отвечает на вопрос дополнительный. «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент способен детально осветить один из вопросов, однако очень слабо ориентируется во втором; при этом способен ответить на два дополнительных вопроса.

Предполагаемая продолжительность проведения зачета – в расчете 1 час на одного человека.

**Список вопросов к зачету**

1. Интернет-СМИ как предмет семиотического анализа
2. Язык массовой коммуникации в сети Интернет как совокупность знаковых систем
3. Специфика медиатекста в Интернет как носителя информации и смысла.
4. Семиотическое поле Интернет-СМИ (смыслы, знаки, ценности, символы).
5. Специфика знака как элемента сетевого медиатекста.
6. Типология знаковых систем, используемых в Интернет-СМИ
7. Структурные отношения в семиотическом дискурсе Интернет-СМИ.
8. Синтактика, семантика, прагматика и их закономерности в Интернет-СМИ.
9. Человек как создатель и интерпретатор знака в тексте Интернет-СМИ.
10. Соотношение знака и смысла в процессах Интернет-коммуникации.
11. Культурные символы, используемые в Интернет-СМИ.
12. Социально-диалогические факторы в семиотике Интернет-СМИ.
13. Знак, символ, миф в массовой коммуникации в среде Интернет.
14. Интернет-СМИ как вербальная знаковая система.
15. Проблемы социокультурной и территориальной дифференциации языка в Интернет-изданиях. Коммуникативная и когнитивная функции.
16. Семиотика событийности в Интернет-СМИ.
17. Проблема объективности сообщений в Интернет-СМИ,
18. Знаки, смыслы, ценности социально-политического пространства, используемые в Интернет-СМИ
19. Семиотика Интернет-СМИ как интерактивных средств массовой коммуникации.
20. Семиотические особенности мультимедийных средств коммуникации.
21. Медиа-среда и медиа-культура.

**Список основной литературы**

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003.
2. [Демьянков В.З. «Событие» в семантике, прагматике и в координатах интерпретации текста](http://www.infolex.ru/IZV4_83.html) // Изв. АН СССР. Серия литературы и языка. 1983. Т. 42. № 4. С.320-329.
3. Жинкин Н. И. Язык-речь-творчество: Избр. труды // Исследования по семиотике, психолингвистике, поэтике. М., 1998.
4. Мартынов В. В. Основы семантического кодирования: Опыт представления и преобразования знаний. Минск, 2001.
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.-К., 2000.
6. Розин В. Семиотические исследования. М., 2001.
7. Юдина Т.В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования /Под ред. Володиной М.Н. М.: Изд-во МГУ, 2003. С.401-407.

**Список дополнительной литературы**

1. Артамонова Ю.Д., Кузнецов В.Г. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования /Под ред. Володиной М.Н. М.: Изд-во МГУ, 2003. С.32-49.
2. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М., 1999.
3. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования /Под ред. Володиной М.Н. М.: Изд-во МГУ, 2003. С.9-31.
4. Жан Ж. Знаки и символы. М., 2002.
5. Иванов Вяч. Вс. Избранные труды по семиотике и истории культуры. В 2-х тт. М., 1999.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М., 2000.
7. Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности.
8. Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000.
9. Мартин Б., Рингхэм Ф. Словарь семиотики. Пер. с англ.2010.
10. Почепцов Г. Г. Русская семиотика. М., 2001.
11. Реклама: Внушение и манипуляция. М., 2001.
12. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. Пособие. СПб., 2002.