

Якунин Александр Васильевич,
кандидат филологических наук, доцент
Кафедра медиадизайна и информационных технологий
Журналистика, очно-заочная форма, 3 курс
5 семестр
2016-2017 уч. г.

СЕМИОТИКА ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Спецкурс

Стремительный рост интереса к визуальной составляющей массовой коммуникации, наблюдаемый в последнее десятилетие XX века, сформировал в текущем столетии совершенно особую область исследования современной медиасферы, во многом меняющий представления о характере массовой аудитории и механизмах массовой коммуникации. Исследования, которые ведутся в рамках данного направления сегодня, связаны с проблематикой социальной онтологии изображения и получили статус т.н. «визуального поворота», отмечающего существенное изменение приоритетов научного анализа в сторону причин, внутренних механизмов и последствий воздействия визуального материала на массовое сознание.

Вопросы, связанные с факторами и закономерностями формирования общественного мнения посредством визуально воспринимаемого образа, особенно остро исследуются и дискутируются в комплексе наук о социально-политических процессах и психологии человеческих сообществ. При этом каждая из научных дисциплин использует методы из собственного методологического арсенала, адаптируя их к своей предметной области. Именно поэтому целью предлагаемого спецкурса является формирование у студентов ясного представления о новой междисциплинарной области знания – семиотике визуальной медиакommunikации, предметом которой выступает специфика визуального медиатекста на всех этапах его функционирования – от проектирования и производства до социальных эффектов, порождаемых им в современной культуре. Семиотический анализ при этом выступает в качестве междисциплинарной основы целостного, интегрированного взгляда на природу и онтологию визуальной коммуникации в современном знании о медиа.

Работа в данном семинаре позволит студентам детально ознакомиться с современным состоянием наук о визуальной коммуникации, получить знания о семантических и прагматических аспектах визуальной культуры, познакомиться с герменевтикой как основой интерпретации массовой аудиторией знаковых отношений, функционирующих в современном медиапространстве. Материал, посвященный интертекстуальности визуальной коммуникации, продемонстрирует возможности междисциплинарного подхода к анализу изображений в СМИ, при котором филологические принципы анализа оказываются эффективны в применении к медиатексту, что позволяет адекватно воспринимать и интерпретировать визуальные цитаты в оформлении как сетевых, так и оффлайн-СМИ.

Авторские публикации по теме спецкурса

1. Якунин А. В. Семиотика медиатекста в эпоху интерактивности: от иконической знаковой системы к новым моделям визуальной коммуникации // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские

- чтения: матер. 52-й междунар. науч.-практ. конф. 17–19 апреля 2013 г. / отв. ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб., 2013. – 0,2 п.л.
2. Якунин А. В. Визуальная медиа-антропология как перспективная область междисциплинарных исследований // Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Современные проблемы и перспективы развития гуманитарных, технических, общественных, естественных наук и промышленной безопасности». 16-17 октября 2014 года, г. Санкт-Петербург. – СПб.: Изд-во «КультИнформПресс», 2014. – стр. 170-173. - 0,375 п.л.
 3. Якунин А. В. Визуализация данных как медиатекст: конститутивный и прагматический аспекты // Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Современные СМИ в контексте информационных технологий". 16-17 октября 2014 года, г. Санкт-Петербург. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета технологии и дизайна, 2015. - 0,69 п.л.
 4. Якунин А. В. Междисциплинарный подход к анализу визуальных коммуникаций: от частных задач к единой методологии исследования// "Медиаскоп" - Вып. №2. - 2015/ [Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/1703> (Дата обращения: 06.06.2015) - 0,75 п.л.

План лекций

Тема 1. Понятие о визуальном языке как основе семиотического кодирования в СМИ.

Культурно-исторический генезис визуального кода: когнитивные артефакты. Языковая и коммуникативная компетентность как путь к пониманию текста.

Тема 2. Семантический аспект (план содержания) визуального знака.

Типология знаковых систем, используемых в СМИ: образные, конвенциональные, натуральные и др.

Тема 3. Синтаксический аспект визуальной коммуникации.

Стратегии чтения и интерпретации визуального высказывания, принятые в различных культурах и их проявление в СМИ.

Тема 4. Прагматический аспект визуальной коммуникации.

Герменевтика визуального высказывания. Понятие репрезентации визуального текста и формы его искаженной интерпретации (криптоморфизм).

Тема 5. Визуализация как фактор развития культуры.

Роль визуального образа в формировании мировоззрения масс. Визуальное цитирование как опыт переосмысления значений визуального знака.

Тема 6. Взаимодействие визуальной и вербальной коммуникации в прессе.

Принципы формирования и интерпретации значений, рожденных во взаимодействии изображения и вербального текста.

Самостоятельная работа в присутствии преподавателя

Занятие 1. Интертекстуальные отношения в визуальной коммуникации.

Формы и принципы визуального цитирования. Анализ фактов визуального цитирования в журналистской практике.

Вопросы к зачету

1. Визуальная коммуникация как предмет семиотического анализа.
2. Язык массовой коммуникации как совокупность знаковых систем.
3. Специфика визуального медиатекста как носителя информации и смысла.

4. Семантическое поле визуальной коммуникации.
5. Стратегии чтения и интерпретации визуального высказывания, принятые в различных культурах и их проявление в СМИ.
6. Прагматический аспект визуальной коммуникации.
7. Герменевтика визуального высказывания.
8. Визуализация как фактор развития культуры.
9. Знак, символ, миф в визуальной культуре медиапространства.
10. Визуальное цитирование как опыт переосмысления значений визуального знака.
11. Взаимодействие визуальной и вербальной коммуникации в прессе.
12. Уровни кодирования значений в современном кино и телевидении.
13. Семиотика интерактивности: средства визуальной коммуникации в Интернет-СМИ.
14. Взаимодействие компьютера и человека как объект семиотического анализа.
15. Семиотика интерактивности как язык медиаискусства.

Текущий контроль (зачет)

В качестве данной формы работы предусмотрено выполнение домашнего задания к последнему занятию. Студент готовит собственную подборку визуальных материалов из СМИ в рамках критериев, обозначенных на соответствующей лекции (Тема 5). На занятии, посвященном самостоятельной работе в присутствии преподавателя, студент выступает с анализом собранного по теме материала, после чего следует групповое обсуждение. Собранный материал и выступление специально не оцениваются – важен опыт применения теоретических концепций к собственной исследовательской практике.

Критерии оценки (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 «*зачтено*» ставится, если студент демонстрирует уровень теоретических знаний и практических навыков, полностью соответствующий содержанию темы.

Оценка «*незачтено*» ставится, если студент не смог детально осветить один из вопросов и очень слабо ориентируется во втором.

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

Список основной литературы

1. Гринев-Гриневич С. В. Основы семиотики / С.В. Гринев-Гриневич, Э.А. Сорокина. М., 2012.
2. Замятин Д. Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9. № 3. С. 26 – 50.
3. Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2010.

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., 2003. С.32-49.
2. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003.
3. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М., 1999.
4. Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: Сб.науч.ст. / Под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Л. Круткина. Саратов, 2007.
5. Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования /Под ред. Володиной М. Н. М., 2003. С.9-31.
6. Демьянков В. З. «Событие» в семантике, прагматике и в координатах интерпретации текста // Изв. АН СССР. Серия литературы и языка. 1983. Т. 42. № 4. С.320-329.
7. Жан Ж. Знаки и символы. М., 2002.
8. Иванов Вяч. Вс. Избранные труды по семиотике и истории культуры. В 2-х тт. М., 1999.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М., 2000.
10. Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М., 2007.
11. Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000.
12. Мартин Б., Рингхэм Ф. Словарь семиотики. Пер. с англ. М., 2010.
13. Мартынов В. В. Основы семантического кодирования: Опыт представления и преобразования знаний. Минск, 2001.
14. Почепцов Г. Г. Русская семиотика. М., 2001.
15. Розин В. Семиотические исследования. М., 2001.
16. Юдина Т.В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / под ред. Володиной М. Н. М., 2003. С.401-407.