

Быкова Елена Владимировна,
доктор филологических наук, доцент
Кафедра связей с общественностью в бизнесе
Реклама и связи с общественностью, очно-заочная форма, 3 курс
6 семестр,
2016-2017 уч. г.

ТЕАТРАЛИЗАЦИЯ И МИФОТВОРЧЕСТВО В БИЗНЕСЕ И ПОЛИТИКЕ

Спецсеминар

Цель спецсеминара – продемонстрировать слушателям технологии комплексного воздействия на массовое сознание при помощи вербальных и невербальных инструментов коммуникации, в основе которых лежит мифотворчество, реализуемое в процессе театрализации (перформанса, флешмоба, хеппинга и прочих видов массового действия). Слушатели спецсеминара являются как участниками, так и авторами реализуемых на семинаре публичных акций.

Задачи спецсеминара: дать представление слушателям о гносеологических и онтологических предпосылках возникновения мифа, архетипа, стереотипа, символа; продемонстрировать живучесть мифологических сюжетов в массовом сознании; доказать эффективность театрализации как приема манипулирования массовым сознанием для консолидации социума; продемонстрировать специфику подготовки массового театрализованного действия.

Для успешного обучения слушатель должен знать базовый категориальный аппарат теории коммуникации, теории и практики связей с общественностью, теории и практики средств массовой информации, историю мировой литературы и искусства; уметь создавать тексты сценариев, владеть жанром рецензии, иметь навыками публичного выступления.

В итоге обучения на семинаре студент публично защищает курсовую работу по выбранной проблематике из перечня, установленного преподавателем данного спецсеминара, на экзамене. Презентация курсовой работы носит творческий, постановочный характер. Презентация каждой курсовой работы сопровождается коллективной оценкой группы. Коллективная оценка репрезентируется цветными стикерами на оценочных бланках, подготовленных преподавателем (красный: что увидели; синий: что услышали; зеленый: что почувствовали). В конце презентаций проводится рейтингование творческих авторских презентаций, проводится анализ и рекомендации по оптимизации, проводится коллективное обсуждение, проводится оценка публичного выступления, соответствие темы и выбранной формы подачи.

На занятиях спецсеминара, носящих диалоговый характер, разъясняется сущность мифотворчества, вспоминаются понятия мифа, стереотипа, архетипа, проводятся различия между понятиями стереотипа, архетипа, мифа, символа. На конкретных примерах анализируется природа мифа, приводятся примеры актуальных мифов, используемых в бизнес - и политической коммуникации. Определяется целеполагание мифотворчества в современном дискурсе, проводится экстраполяция устойчивых мифов на актуальный контекст. Занятия проводятся в форме презентаций изучаемого материала с видеопросмотрами.

В ходе занятий приводятся исторические параллели с театрализованными зрелищами Цицерона в Римском Сенате, анализируется его техника и формула успеха «абсолютной страстности» при выступлении; ведется просмотр триумфальных шествий (гигантских хеппингов), цирковых и театральных

представлений, гладиаторских боев в эпоху римских императоров. На спецсеминаре изучаются театрализованные массовые действия эпохи Людовика XIV (королевское появление на публике и сампрезентация, покровительство искусствам: музыкантам, художникам, писателям и скульпторам, садово-парковому искусству); уделяется внимание пропагандистскому дискурсу времен Третьего Рейха, объясняется воздействие на массовое создание единства цвета, звука, жеста, слова, ритма, музыкального сопровождения и массового действия. Большое внимание отводится технологиям театрализации и мифологизации в идеологии СССР, описывается мифологическое единство и архитектурная преемственность общественных организаций, их символика, лозунги, гимны, форма, ритуалы; анализируется театрализация и мифологизация политического дискурса в США, проводится сравнение, выявляются общее и различное в формах, содержании и репрезентации.

На семинаре особое внимание уделяется хеппингу, перформансу и флешмобу как современным формам театрализации и воздействия на реципиента. Объясняются историко-философские предпосылки возникновения данных форм коммуникации с массовым получателем в «органической» среде — на улице, в мастерской, церкви, на морском берегу и т.п., демонстрируются технические приемы. Коллажи и деколлажи. Хеппинг рассматривается как массовое зрелище сенсационного характера и потому привлекающее средства массовой информации. Проводится различие в понятии хеппинг и флешмоб, разъясняется специфика организации флешмоба на первых этапах его возникновения, показывается его современная трансформация в массовое действие рекламного характера.

На основе приема карнавализации (по концепции М. М. Бахтина) анализируются различные массовые зрелища (военные и гражданские парады, открытия и закрытия спортивных чемпионатов и Олимпийских Игр, Дней Города и т.п.). На семинаре демонстрируется связь мифологизации и театрализованного массового действия со всеми видами искусства (хореографического, изобразительного, музыкального, монументального, архитектурного).

В рамках спецсеминара слушателям при помощи видео демонстрируется комплексное воздействие на все органы чувств реципиента, показывается значение звука, цвета, ритма, освещения, пространства, их мощный синергетический эффект, многократно усиливающийся при массовом скоплении людей. Слушателям разъясняется механизм воздействия на эмоциональную сферу, которая влечет за собой иррациональное массовое поведение. На практических занятиях театрализация, перформансное действие, хеппинг и флешмоб в бизнесе и политике представлены инструментами манипулятивного воздействия на получателя для реализации намерения сценариста, режиссера (отправителя).

Занятия на спецсеминарах предусматривают тестирование аудитории на предмет ведущего канала восприятия (видеть, ощущать, слышать); личностных характеристик (ведомый и ведущий) и т.п. для самомаркетинга. Тестирование носит характер самоанализа. Результаты тестирования не сдаются и коллективно не обсуждаются.

Авторские публикации по теме спецсеминара

1. Быкова Е. В. Модульный мемориальный текст как тип воздействующего текста / В кн. Е. В. Быкова «Речевая организация модульного текста» СПб., 2011. С. 122-191.
2. Быкова Е. В. Многоканальность модульного мемориального текста //

Известия российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2011. № 130. С. 96-101.

3. Быкова Е. В. Информационная война как поликодовая асимметричная коммуникация // Коммуникация в поликодовом пространстве: лингвокультурологические, дидактические и ценностные аспекты. СПб., 2015.

План лекций

Тема 1. Понятие мифа, его сущностные характеристики. Миф, культура и история. Мифотворчество вера и сегодня. Манипулятивные возможности мифотворчества, стратегии и тактики манипуляции.

Понятие театрализации, карнавализации и геймификации. Примеры театрализации, карнавализации и геймификации современного коммуникационного пространства. Сценарий и режиссура перформанса, хепенинга, флешмоба.

План семинаров

Тема 1. Творческие стратегии перформансной коммуникации.

Тема 2. Средства перформансной коммуникации – перформанс, хепенинг, театрализованные представления, шоу-программы как инструменты рекламы и связей с общественностью. **(2 пары)**

Тема 3. Хепенинг и театр.

Тема 4. Хепенинг, музыка и изобразительное искусство как средство коммуникации в России и за рубежом.

Тема 5. Цели театрализованных акций и их коммуникативный эффект.

Тема 6. Сценарий флешмоба. Коммуникационная функция флешмоба и цели флешмоб-акции.

Тема 7. Анализ примеров удачных и не удачных флешмоб-акций.

Тема 8. Создание собственного сценария флешмоба. Презентация сценариев.

Тема 9. Ритуальные действия и обряды.

Тема 10. Исторические примеры ритуальных действий и их коммуникативная функция (обряды инициаций-посвящений, клятва, парады, демонстрации, религиозные обряды и ритуалы).

Тема 11. Сценарий специального события (мероприятия) с элементами театрализации.

Тема 12. Создание легенды на основе мифа.

Тема 13. Основы сторителлинга.

Самостоятельная работа в присутствии преподавателя

Занятие 1-3. Исторический экскурс: просмотр видеороликов с российскими и зарубежными примерами использования массового театрализованного действия для воздействия на сознание массового зрителя (участника). Анализ и рецензирование просмотренных видеороликов.

Занятие 4-6. Просмотр современных видеороликов об использовании элементов театрализации, хепенинга, перформанса и флешмоба в аудитории с последующим анализом цели, функции, уровня организации, качества сценария и мастерства исполнителей.

Вопросы к зачету

1. Миф – определение и существенные характеристики
2. Метафора как основа для построения мифа.
3. Миф как коммуникативная система по Р. Барту)
4. Миф как вторичная семиологическая система.
5. Миф и концепт
6. Значение мифа
7. Миф и его дешифровка
8. Миф как коллективное творчество
9. Сквозные мифы (мифы о происхождении мира, о происхождении человека, о происхождении языка)
10. Миф как основной способ познания мира и инструмент манипуляции
11. Специфика мифологического сознания: установление мнимых связей между различными явлениями.
12. Миф как основа для формирования конспирологического восприятия окружающего мира.
13. Театрализация как организация документального или художественного материала
14. Театрализация как форма массовой вербальной, физической и эстетической (идейной) активизации аудитории
15. Театрализация и психологические потребности массовой аудитории
16. Театрализация как форма воздействующей коммуникации (формы и виды).
17. Театрализация в античной культуре как форма коммуникации
18. Специфика театрализованного действия
19. Миф и аллегория в процессе театрализованной массовой коммуникации.
20. Миф, символика и ассоциации в массовом театрализованном действии

Рекомендуемые примерные темы курсовых работ

1. Мифология в теленовостях (по выбору студента).
2. Мифы для детской социализации (дидактические мифы)
3. Пропагандистские мифы (по выбору студента).
4. Миф как инструмент социальной стереотипизации.
5. Мифы о здоровом образе жизни
6. Исторические мифы и их аксиологическая функция
7. Мифы в рекламной коммуникации
8. Мифы в политической коммуникации
9. Событийность и театрализация в современном общественном дискурсе
10. Театрализация в политической коммуникации
11. Театрализация и геймификация современного пространства массмедиа
12. Сторителлинг как форма театрализации

Текущий контроль (зачет)

Студенты, записавшиеся на спецсеминар, но пропустившие по уважительным причинам некоторые темы, имеют право отработать пропущенные часы, подготовив доклад с публичным выступлением в аудитории общим объемом 15 минут с презентацией и полным текстом с использованной литературой.

Самостоятельная работа с использованием методических материалов предусматривает реферирование рекомендованной основной и дополнительной

литературы по курсу, подготовке библиографии для выбранной темы курсовой работы, защиту темы курсовой работы, выступление с докладом по эмпирической части выбранной курсовой работы, написание рецензии на курсовую работу сокурсника (по назначению преподавателя) .

Текущий контроль (курсовая работа)

График подготовки курсовой работы: темы курсовых работ утверждаются на Занятии 2. Курсовая работа общим объемом 35-40 страниц, список литературы – 25 наименований, не менее 2 глав с самостоятельно собранной эмпирической базой. Курсовые работы защищаются на Занятии 7 с взаимным рецензированием (по назначению преподавателя).

Самостоятельная работа с использованием методических материалов проводится для подготовки материалов для курсовой работы, подготовке к проведению семинаров. Отчетность по самостоятельной работе с использованием методических материалов проводится на семинарах в форме презентаций по прочитанной литературе.

Критерии оценки (зачет)

Форма проведения экзамена – устная. Один вопрос по билету, второй вопрос – подготовка рецензии на курсовую работу сокурсника. Третий вопрос – защита курсовой работы по выбранной теме с презентацией.

На подготовку ответа студенту дается 15 минут.

Оценка «*зачтено*» ставится, если студент дал полный ответ на вопрос по билету, написал полную, объективную, развернутую рецензию на курсовую работу сокурсника и дал в рецензии ей оценку, сделал высококачественную, содержательную презентацию своей курсовой работы.

Оценка «*незачтено*» ставится во всех остальных случаях.

Предполагаемая продолжительность проведения зачета – 4 академических часа.

Критерии оценки (курсовая работа)

Курсовая работа защищается после проверки преподавателем текста и допуска к защите. Курсовая работа защищается в рамках экзамена (третий вопрос билета). Работа предварительно сдается на рецензирование сокурснику по назначению преподавателя. При условии успешной защиты и публичной презентации курсовой работы оценка, проставленная преподавателем в ходе проверки работы, может быть повышена.

Оценка «*отлично*» ставится, если работа формально соответствует предъявляемым требованиям, сопровождается положительной рецензией, на защите студент дал полные ответы на вопросы рецензента и подтвердил свою позицию, презентация сделала в соответствии с требованиями, предъявляемыми к качеству визуальной информации, регламент выступления соблюден.

Оценка «*хорошо*» ставится, если работа формально содержит предъявляемым требованиям, однако по содержанию работы или анализу материала у преподавателя есть замечания, рецензия положительная, на публичной защите студент соглашается с рядом предъявленных замечаний и принимает их, презентация содержит недочеты в способах презентации материала или студент превысил регламент выступления.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если текст работы содержит существенные замечания преподавателя, некоторые поставленные задачи решены не полностью, рецензия положительная, но содержит ряд концептуальных замечаний рецензента, список литературы недостаточный, теоретическая часть курсовой работы значительно превышает эмпирическую.

Оценка «неудовлетворительно» ставится во всех остальных случаях.

Список основной литературы

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994.
2. Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб., 2009.
3. Михайлов Г. С. Психологические процессы и эффекты СМИ. СПб., 2012.

Список дополнительной литературы

1. Васильев А. Д. Современное мифотворчество и российская телевизионная словесность. М., 2014.
2. Воркачев С. Г. Страна своя и чужая: идея патриотизма в лингвокультуре// М., 2013.
3. Чернявская В. Е., Молодыхенко Е. Н. История в дискурсе политики: лингвистический образ «своих» и «чужих». М., 2014.
4. Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М., 2002.

Перечень иных информационных источников

1. www.asi.org.ru
2. www.pchela.ru
3. www.usinovite.ru
4. www.gks.ru
5. www.socialpolicy.ru