

СЕМИОТИКА ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ

Данный курс позволит обучающимся 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 аудитории 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 интернет-СМИ.

Целью предлагаемого курса является формирование у обучающихся представления о новой междисциплинарной области знания – семиотике визуальной медиакоммуникации, предметом которой выступает специфика визуального медиатекста на всех этапах его функционирования – от проектирования и производства до социальных эффектов, порождаемых им в современной культуре.

В результате прохождения данного курса обучающиеся должны приобрести следующие знания, умения и навыки:

- знание об основных подходах к анализу функции изображения в современной медиакоммуникации, о семиотических механизмах воздействия изображения на аудиторию;
- умение применять на практике принципы эффективного редактирования изобразительного ряда в интернет-медиа;
- умение самостоятельно анализировать содержательные и психологические особенности воздействия изображения на массовую аудиторию, связанные с семиотическими факторами.
- навык семиотически обоснованного отбора изображений в структуру журналистской публикации и эффективного представления иллюстративного ряда на полосе электронного издания.

Форма промежуточной аттестации – зачет.