

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

  
В.Н.Шимов

2017 г.

Регистрационный № УД 3232-17 /уч.

## СЕМИОТИКА И СТОРИТЕЛЛИНГ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для специальности 1-25 81 10 «Экономическая информатика»

## СОСТАВИТЕЛЬ

Николина Т.С., доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент.

## РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Горлатов А.М., проректор Учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», доктор филологических наук, профессор;

Комарова М.А., доцент кафедры романских языков Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент.

## РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № от 2017);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 21.06. 2017).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Семиотика и сторителлинг» предназначена для магистрантов БГЭУ, обучающихся по магистерской программе «Цифровые бизнес-коммуникации». Данная дисциплина занимает особое место в современном гуманитарном знании, а ее важность для будущих специалистов по бизнес-коммуникациям обусловлена тем, что, с одной стороны, процесс коммуникации в бизнес-среде нацелен сегодня на формирование долгосрочных отношений со стейкхолдерами, что подкрепляется деятельностью в медиа-среде, а с другой стороны, – процесс коммуникации во многом определяется семиотическим (знаковым) механизмом.

В теоретическом основании учебной дисциплины лежит идея о том, что культура, в которой существует потребитель, представляет собой социально значимую информацию. Она регулирует деятельность, поведение и общение людей. Информация имеет несколько фундаментальных измерений: историческое (кумулятивный аспект, поскольку она накапливается, осваивается, перерабатывается и передается от поколения к поколению на всех этапах существования этноса), идиоэтническое (вариантный аспект, поскольку она отражает индивидуально-автономное бытие этноса).

Особое значение имеет семиотическое измерение, поскольку культура как информация исторически накапливается и функционирует только благодаря своему знаково выраженному содержанию.

Из этого факта проистекают два важных следствия: 1) теоретический потенциал семиотики значительно обогащается функциональными установками и 2) в поле ее интереса, наравне с кодовой проблематикой, включаются задачи, ориентированные на изучение знаковой деятельности в прикладном аспекте, что способствует формированию навыков в области коммуникационного дизайна.

В ходе курса магистранты получают представление о знаковых механизмах коммуникации и конструирования социальной реальности и бизнес-процессов.

### Цели учебной дисциплины:

- формирование у магистрантов представления об области научного знания, которая находится на стыке коммуникативистики, культурологии, социальной психологии, а также представления о комплексе теоретических и прикладных проблем в сфере семиотики;
- формирование представления о знаковых механизмах коммуникации и конструирования социальной реальности;
- освоение технологий разработки креативного продукта;
- освоение технологий использования медиа в передаче информации и транслировании смысла.

### Задачи курса:

- углубить на семиотической концептуальной основе знания, полученные магистрантами на предыдущих этапах обучения по циклу пропедевтических и теоретических дисциплин;
- ознакомить с основными инструментами и методами комплексного семиотического анализа и создания текста;
- выработать у магистрантов навыки семиотического решения жизненных и практических ситуаций, которые могут возникнуть в их будущей профессиональной деятельности, в условиях общения с представителями своей и иной культуры;
- способствовать развитию креативных способностей магистрантов, умений предлагать оригинальные творческие решения для определенных коммерческих целей и задач.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны

#### Знать:

- понятийный и терминологический аппарат семиотики;
- свойства и функции знаков и знаковых систем;
- особенности создания текстов, принципы работы над ними.

#### Уметь:

- анализировать содержание знаковых систем;
- ориентироваться в механизмах коммуникативной деятельности в культурном пространстве и в семиотическом ракурсе анализировать его;
- применять креативные стратегии для создания контента в медиа-среде.

#### Владеть:

- системой теоретических и эмпирических знаний в области семиотики;
- навыками разработки креативного продукта;
- навыками презентации учебных проектов;
- навыками групповой работы.

### Требования к компетентности специалиста

#### Требования к академическим компетенциям специалиста:

##### Специалист должен:

- уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- владеть системным и сравнительным анализом;
- владеть исследовательскими навыками;

- владеть междисциплинарным подходом при решении проблем

Требования к социально-личностным компетенциям специалиста:  
Специалист должен:

- обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- уметь работать в команде;
- обладать опытом групповой коммуникации;
- иметь опыт публичной коммуникации.

Требования к профессиональным компетенциям специалиста:  
Специалист должен быть способен:

Коммуникативная деятельность:

- владеть сложными коммуникативными навыками и умениями; быть способным к формированию новых навыков и умений в иных социальных структурах и социокультурных ситуациях;
- обладать знанием культурных норм и ограничений в общении, обычаях, традиций и этикета;
- обладать способностью убеждать;
- уметь адекватно интерпретировать коммуникативное поведение представителей иной культуры.

Производственно-практическая деятельность:

- анализировать возникающие коммуникативные трудности;
- находить оптимальные пути преодоления коммуникативных барьеров в различных ситуациях взаимодействия;
- реализовывать на практике современные подходы к организации труда специалиста по рекламной деятельности.

Информационно-аналитическая деятельность:

- работать со специальной литературой; анализировать и оценивать собранную информацию, формировать информационно-аналитические базы данных;
- проводить анализ содержания и осуществлять интерпретацию текстов различной направленности.

Организационно-управленческая деятельность:

- эффективно взаимодействовать в мультикультурном коллективе;
- вырабатывать и принимать профессиональные решения, корректировать собственную деятельность и деятельность других участников процесса маркетинговой деятельности.

Инновационная деятельность:

- быть способным осуществлять системный поиск;
- быть способным реализовывать методы и использовать средства, поддерживающие этапы реализации нововведения.



Взаимодействие факторов культуры. Синергетические оценки современного состояния культуры (А. Моль). Семиотика в синергетическом освещении.

Иконические, индексальные и символические знаки. Семантика, синтактика и прагматика знака. Синтагма и парадигма.

Объединение знаков в системы. Означивание как превращение вещи в знак. Культурное означивание вещей.

Тема 2: Структурная организация текстов. Особенности текстов для различных целевых аудиторий, их семантика, синтактика и прагматика

Виды текстов. Сочетание вербального и невербального компонентов в сообщении. Точка зрения и ее роль в создании текста. Структурирование текстов. Коммуникативные стратегии создания текстов.

Основные компоненты текста. Заголовок: типы, виды, формулы заголовков. Усилитель заголовка. Слоган, его типы и виды. Структура и форматирование основного текста. Аргументация в тексте.

Типы текстов для печатных средств информации. Тексты для телевидения, радио, в интерактивной среде.

Тема 3: Нарративные стратегии и суггестия в тексте

Аллитерация и символика звуков в тексте. Звукоподражание. Рифма. Ритм. Запись слов вверх ногами, преднамеренные орфографические ошибки, внедрение в заголовок иностранных букв, начертание слов без пробелов.

Использование аллюзии, устаревших слов, неологизмов, жаргонизмов.

Прецедентный текст. Языковая игра. Каламбур. Детская речь. Тропы.

Приемы создания разговорного, серьезного, возвышенно-поэтического тона.

Нарративные стратегии. Подходы Т. Рассела и Р. Лейла: фактический, подход с выдумкой, рациональный. Стратегии создания рационального текста. Стратегия преимущества. Модель интенсификации-ослабления Х. Ренка. Стратегия позиционирования. Аффективная стратегия. Художественно-поэтическая стратегия.

Суггестивные приемы. Эмоциональный язык и обращение к эго.

Тема 4: Разработка креативных концепций

Приемы разработки креативных идей. Цели, условия, этапы креативного штурма. Проведение креативного штурма. Подведение итогов.

Методика написания заголовка. Способы создания гениальной идеи С. Бейкера. Креативные подходы и методы (Д. Валладарес)

Приемы вовлечения внимания и приемы, стимулирующие отклик.  
Проверенные клише (Д. Огилви).

Примерный тематический план учебной дисциплины  
«Семиотика и сторителлинг» (заочная форма обучения)

№ темы	Название темы	Количество часов лекции	Количество часов семинарские занятия
1.	Предмет семиотики. Семиотика и культура. Семиотика и коммуникация. Знаки и знаковые системы	2	2
2.	Структурная организация текстов. Особенности текстов для различных целевых аудиторий, их семантика, синтактика и прагматика	2	2
3.	Нарративные стратегии и суггестия в тексте		4
4.	Разработка креативных концепций		4
	Всего: 16	4	12

Содержание учебного материала

Тема 1: Предмет семиотики. Семиотика и культура. Семиотика и коммуникация. Знаки и знаковые системы

Семиотика как наука о знаковых системах. Функция и структура знака. Свойства знака. Конвенциональная природа знака. Вербальные и невербальные знаки (общее и различное). Знаковость как очеловечивание мира. Понятие кода.

Языки культуры. Семиотические основания коммуникации.

Факторы культуры: природа и культура; трудовая деятельность и культура. Вторичные факторы: роль прецедента в производстве культуры (прецедентная триада: текст, ситуация, имя). Катализирующие факторы культуры (смена материальной основы для письма; книгопечатание, Интернет).

Всего часов по учебной дисциплине 60, из них всего часов аудиторных – 30, в том числе 8 часов – лекции, 22 часов – практические занятия. Форма контроля – зачет.

Примерный тематический план учебной дисциплины  
«Семиотика и сторителлинг» (дневная форма обучения)

№ темы	Название темы	Количество часов лекции	Количество часов семинарские занятия
1.	Предмет семиотики. Семиотика и культура. Семиотика и коммуникация. Знаки и знаковые системы	2	4
2.	Структурная организация текстов. Особенности текстов для различных целевых аудиторий, их семантика, синтактика и прагматика	2	6
3.	Нарративные стратегии и суггестия в тексте	2	6
4.	Разработка креативных концепций	2	6
	Всего: 30	8	22

Содержание учебного материала

Тема 1: Предмет семиотики. Семиотика и культура. Семиотика и коммуникация. Знаки и знаковые системы

Семиотика как наука о знаковых системах. Функция и структура знака. Свойства знака. Конвенциональная природа знака. Вербальные и невербальные знаки (общее и различное). Знаковость как очеловечивание мира. Понятие кода.

Языки культуры. Семиотические основания коммуникации.

Факторы культуры: природа и культура; трудовая деятельность и культура. Вторичные факторы: роль прецедента в производстве культуры (прецедентная триада: текст, ситуация, имя). Катализирующие факторы культуры (смена материальной основы для письма; книгопечатание, Интернет).



Взаимодействие факторов культуры. Синергетические оценки современного состояния культуры (А. Моль). Семиотика в синергетическом освещении.

Иконические, индексальные и символические знаки. Семантика, синтактика и прагматика знака. Синтагма и парадигма.

Объединение знаков в системы. Означивание как превращение вещи в знак. Культурное означивание вещей.

Тема 2: Структурная организация текстов. Особенности текстов для различных целевых аудиторий, их семантика, синтактика и прагматика

Виды текстов. Сочетание вербального и невербального компонентов в сообщении. Точка зрения и ее роль в создании текста. Структурирование текстов. Коммуникативные стратегии создания текстов.

Основные компоненты текста. Заголовок: типы, виды, формулы заголовков. Усилитель заголовка. Слоган, его типы и виды. Структура и форматирование основного текста. Аргументация в тексте.

Типы текстов для печатных средств информации. Тексты для телевидения, радио, в интерактивной среде.

Тема 3: Нарративные стратегии и суггестия в тексте

Аллитерация и символика звуков в тексте. Звукоподражание. Рифма. Ритм. Запись слов вверх ногами, преднамеренные орфографические ошибки, внедрение в заголовок иностранных букв, начертание слов без пробелов.

Использование аллюзии, устаревших слов, неологизмов, жаргонизмов.

Прецедентный текст. Языковая игра. Каламбур. Детская речь. Тропы.

Приемы создания разговорного, серьезного, возвышенно-поэтического тона.

Нарративные стратегии. Подходы Т. Рассела и Р. Лейла: фактический, подход с выдумкой, рациональный. Стратегии создания рационального текста. Стратегия преимущества. Модель интенсификации-ослабления Х. Ренка. Стратегия позиционирования. Аффективная стратегия. Художественно-поэтическая стратегия.

Суггестивные приемы. Эмоциональный язык и обращение к эго.

Тема 4: Разработка креативных концепций

Приемы разработки креативных идей. Цели, условия, этапы креативного штурма. Проведение креативного штурма. Подведение итогов.

Методика написания заголовка. Способы создания гениальной идеи С. Бейкера. Креативные подходы и методы (Д. Валладарес)

Приемы вовлечения внимания и приемы, стимулирующие отклик. Проверенные клише (Д. Огилви).

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
для дневной формы получения образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Предмет семиотики. Семиотика и культура. Семиотика и коммуникация. Знаки и знаковые системы	2	4					Активная лекция, опрос
2.	Структурная организация текстов. Особенности текстов для различных целевых аудиторий, их семантика, синтактика и прагматика	2	6					Активная лекция, опрос
3.	Нарративные стратегии и суггестия в тексте	2	6					Обсуждение, опрос, групповая дискуссия
4.	Разработка креативных концепций	2	6					Работа в малых группах, индивидуальная работа, дискуссия
	<b>ВСЕГО: 30</b>	<b>8</b>	<b>22</b>					

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**для заочной формы получения образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Предмет семиотики. Семиотика и культура. Семиотика и коммуникация. Знаки и знаковые системы	2	2					Активная лекция, опрос
2.	Структурная организация текстов. Особенности текстов для различных целевых аудиторий, их семантика, синтактика и прагматика	2	2					Активная лекция, опрос
3.	Нарративные стратегии и суггестия в тексте		4					Обсуждение, опрос, групповая дискуссия
4.	Разработка креативных концепций		4					Работа в малых группах, индивидуальная работа, дискуссия
	<b>ВСЕГО: 16</b>	<b>4</b>	<b>12</b>					

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

1. Дрю, Ж.-М. Ломая стереотипы / Ж.-М. Дрю.– М.:Едиториал УРСС, 2003. – 272 с.
2. Дуарте, Н. Resonate: Захвати аудиторию своей яркой историей / Н. Дуарте.– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 264 с.
3. Мечковская, Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура. Курс лекций / Н.Б. Мечковская. – М.: Академия, 2004. – 432 с.
4. Морозова, И. Слагая слоганы / И. Морозова. – М.: РИП-холдинг, 2007. – 172 с.
5. Никитина, Е.С. Семиотика. Курс лекций: Учебное пособие для вузов / Е.С. Никитина. – М.: Академический проспект; Трикста, 2006. – 528 с.

### Дополнительная

1. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика / Р. Барт. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
2. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М.: Рудомино, 2001. – 96 с.
3. Дмитриева, Л.В. Креативные приемы выработки идей / Л.В. Дмитриева. – Элитариум: Центр дистанционного образования, 2007. Электр. документ.
4. Крейдлин, Г.Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык / Г.Е. Крейдлин. – М.: Новое литературное обозрение. 2004. – 592 с.
5. Огилви, Д. Откровения рекламного агента: пер. с англ. / Д. Огилви. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 240 с.
6. Сердобинцева Е.В. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие / Е.В. Сердобинцева. – М.: Флинта, Наука, 2010. – 160 с.
7. Шубина, И.Б. Основы драматургии и режиссуры рекламного видео: творческая мастерская рекламиста / И. Б. Шубина. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов- на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2004. – 320 с.
8. Семиотика: Антология / Сост. Ю.С. Степанов. М., 2001. – 636 с.
9. Щедровицкий, Г.П. Знак и деятельность / Г.П. Щедровицкий. – М.: Восточная литература РАН. 2005. – 464 с.
10. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – Петрополис, 1998. – 540 с.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
<p><i>Центр работы медиа и мультимедиа ком. М-31</i></p>	<p><i>МФК</i></p>	<p>Предложений нет</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p><i>М. П. Масловская</i></p>	<p>Замечаний нет. Прот. № от 0.0.2017</p>



## ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ

на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

№№ пп	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
промышленного маркетинга и коммуникаций (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_  
201\_ г.)

Заведующий кафедрой  
канд. филол. наук, доц. \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

Н.П. Могиленских  
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
канд. филол. наук, доц. \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

Н.В. Попок  
(И.О.Фамилия)