

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
В.В. Мацура

Оценочные материалы по дисциплине

Семиотика рекламы и связей с общественностью

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения
Очная

Квалификация
Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова

Председатель УМК
М.А. Подойницина

Томск – 2025

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций: ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

УК-1 Способен использовать философские знания, научную методологию и представления о ценностных основаниях общественной и научной этики для формирования научного мировоззрения, логического и системного мышления

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-1.1 Знает стилистические и жанровые особенности медиатекстов, методы и приемы разработки неймов, нормы и выразительные возможности русского и иностранного языка, иных знаковых систем, используемые для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

РООПК-1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом стилистических и жанровых особенностей, норм и выразительных возможностей русского и иностранного языка, иных знаковых систем

РОУК-1.2 Умеет применять знания о научной этике, об исторических и современных общественных ценностях, логические законы, методы и приемы системного и критического мышления в социальной и профессиональной деятельности в целях формирования научной картины мира, выявления тенденций социальной действительности

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Раздел 1. Задание № 1 Доклад с презентацией «Семиотические исследования XX века»

Семиотика - междисциплинарная наука. Появление в XX веке целостных семиотических теорий Ч. Пирса и Ф. де Соссюра актуализировало интерес к знаку, знаковым системам, семиотике в целом ряда исследователей из самых разных областей социо-гуманитарного знания. Все вместе они "проработали" различные проблемные поля семиотики, поэтому могут по праву называться учеными-семиотиками (несмотря на то, что кто-то из них был литературовед, кто-то этнограф, а кто-то философ или психоаналитик). Нужно подготовить доклад-презентацию (можно два докладчика с одним выступлением).

Требования к заданию: 10 минут на доклад; обязательная электронная презентация краткие факты из биографии, самые интересные, запоминающиеся; изложение сути одной из его "семиотических" работ, знакомство нас с его ключевыми понятиями; в последнем пункте доклада и презентации представьте ИЛЛЮСТРАЦИЮ того, как идею, теорию, метод, принципы или закономерности, описанный автором могут быть применены на практике (в PR или рекламе), или как предложенными принципами можно руководствоваться в своей профессиональной деятельности (показать прикладное значение идеи).

Темы докладов и необходимая литература:

- Ролан Барт «Мифология» (Барт Р. Мифология. Пер. с франц., вступ. ст. и comment. С. Н. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых: 2000. – 314 с., есть в НБ)
- Ролан Барт «Система моды. Статьи по семиотике культуры» (Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт; пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых: 2003. – 511 с., есть в НБ)
- Ролан Барт «Camera Lucida» (М. 1997, есть в НБ)
- Ю.М. Лотман «Семиосфера: Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров» (Ю.М. Лотман Семиосфера: Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров / Ю.М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПб, 2010, есть в НБ)

- Ю. И. Левин «Лозунги как семиотическая система» (см также «Избранные труды. Поэтика. Семиотика – есть в НБ; Заметки о семиотике лозунгов»)
- Школа русских формалистов: Виктор Шкловский «Искусство как прием» (статья, см. в сборниках в НБ)
- В. Я. Пропп «Морфология волшебной сказки» (Пропп В.Я. Морфология волшебной сказки. – М., 2009. - 126 с. Есть в НБ)
- Л.С. Выготский «Мышление и речь» (Выготский Л.С. Мышление и речь. – М., 2013. электр. вариант в НБ)
- Жан Бодрийяр «Система вещей» (Бодрийяр Ж. Система вещей. Пер. с фр. и сопров. ст. Зенкина С. Н.: Рудомино: 1999. – 218 с. Есть в НБ)
- Жан Бодрийяр Символический обмен и смерть (Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Пер. с фр. С.Н. Зенкина. М.: «Добросвет»: 2009. – 389 с. Есть в НБ)
- Умберто Эко «Отсутствующая структура. Введение в семиологию» (Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум: 2004. – 538 с. Есть в НБ)

Критерии оценки за доклад с презентацией:

0 баллов – студент не подготовил доклад.

1 балла – студент не раскрывает тему, не демонстрирует навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не служит визуальной опорой для доклада, не содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; не может ответить на вопросы.

2 балла – студент не раскрывает тему, не демонстрирует навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не служит визуальной опорой для доклада, не содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; не может ответить на вопросы.

3 балла – студент слабо раскрывает тему, не демонстрирует навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не служит визуальной опорой для доклада, не содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; не может ответить на вопросы.

4 балла – студент не раскрывает тему, страдает навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не всегда служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; не может ответить на вопросы.

5 баллов – студент не в полной мере демонстрирует умение раскрыть тему, страдает навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не всегда служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; отвечает на дополнительные вопросы неуверенно.

6 баллов – студент не в полной мере демонстрирует умение раскрыть тему, страдает навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, список источников; отвечает на дополнительные вопросы неуверенно.

7 баллов – студент демонстрирует умение раскрыть тему, но страдает навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, список источников; отвечает на дополнительные вопросы.

8 баллов – студент демонстрирует умение раскрыть тему, навык стройного и ясного изложения материала, умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, список источников; уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

9 баллов – студент демонстрирует умение глубоко раскрыть тему, стройно и ясно излагает материал, удерживает внимание слушателей; электронная презентация служит

визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, список источников; уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

10 баллов - студент глубоко раскрывает тему, стройно и ясно излагает материал, удерживает внимание слушателей, проявляет творческий подход к презентации доклада; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, оригинальные иллюстрации, список источников; уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

Раздел 2. Задание № 2 Практическое задание-исследование с презентацией по теме "Многообразие знаковых систем (языков) культуры и их коммуникативный потенциал в рекламе и PR"

1) Задание выполняем по 2-3 человека. Готовим презентацию (не менее 10 слайдов). Выбираем одну из знаковых систем.2) Представляем знаковую систему, какие знаки ее образуют. Какое отличие между знаками этой системы, как (чем) мы это отличие улавливаем. Что образует код этой знаковой системы (в аспекте семантики, код как связь между чувственно воспринимаемым знаком и значением; в аспекте синтаксики, код как правила сочетания знаков в системе, в аспекте прагматики, код как "подсказка", какую коннотацию нам в данный момент выбрать) 3) Каковы выразительные средства этой знаковой системы (что дает значение - сам знак, их сочетание, их какая-то особая комбинация), с примерами (пока можно не из рекламы) 4) Как выразительные средства знаковой системы применяются в рекламной и PR-коммуникации (примеры). Анализируя текст рекламы или PR-послания определите - что в сообщении является планом выражения (как раз это должны быть знаки этой знаковой системы), а что является планом содержания (значениями, смыслами, которые транслируются в данном месседже). 5) На последнем слайде - список литературы и электронных ресурсов, которые использовались при подготовке задания (оформляем правильно).

Критерии оценки за выполнение практических заданий № 2 и 3:

0 баллов – на занятии отсутствовал, задание не выполнено.

1 балл – на занятии присутствовал, но задание, в целом, выполнено неправильно, оформление не соответствует требованиям.

2 балла – презентация подготовлена, но задание выполнено правильно лишь частично, оформление не соответствует большинству требований.

3 балла – презентация подготовлена, задание выполнено правильно наполовину, оформление лишь частично соответствует требованиям.

4 балла - презентация подготовлена, задание в целом выполнено, есть серьезные замечания, оформление соответствует не всем требованиям.

5 баллов - презентация подготовлена, есть замечания к содержанию и оформлению.

6 баллов – презентация подготовлена, задание выполнено, есть незначительные замечания к содержанию и оформлению, студент слабо ориентируется в материале при ответе на вопросы.

7 баллов - презентация подготовлена, выполнение задания и оформление результатов в целом соответствует требованиям, могут быть незначительные замечания к содержанию или оформлению, студент слабо ориентируется в материале при ответе на вопросы.

8 баллов – презентация подготовлена на высоком уровне, выполнение задания и оформление результатов в полной мере соответствует требованиям, студент ориентируется в материале при ответе на вопросы.

9 баллов - презентация подготовлена на высоком уровне, при выполнении задания и оформлении результатов проявляется творческая (или исследовательская) позиция студента (при соблюдении формальных требований), студент хорошо ориентируется в материале при ответе на вопросы.

10 баллов – презентация подготовлена на высоком уровне, выполнение задания и оформление результатов отличаются творческим, оригинальным подходом (при

соблюдении формальных требований), студент свободно ориентируется в материале при ответе на вопросы.

Раздел 3. Задание № 3 Практическое задание по теме «Семиотический анализ рекламного текста»

1) В команде 2-3 человека приготовить пример рекламного текста (плакат, фото баннера, рекламный модуль в журнале), принести с собой на занятие цифровой вариант (фото, скан, слайд); 2) Проанализировать рекламные сообщения, опираясь на одну из моделей семиотического анализа рекламы (по Р. Барту или по У. Эко). Литература: Барт Р. Избранные работы семиотика, поэтика. Пер. с фр., сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова; Ред. В.Д. Мазо. М.: Издат. группа «Прогресс», «Универс», «Рея»: 1994. – 615 с. (Статья "Риторика образа"); Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. Ред. М.Г. Ермакова. Пер. кн. А.Г. Погоняйло, В.Г. Резник. СПб.: Петрополис: 1998. – 430 с. (раздел Б. Некоторые пояснения: реклама)

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Оценка за курс складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам экзамена. Оценка выставляется при условии, что итоговая оценка студента - не менее 4 баллов.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – баллы, полученные за задания и умноженные на 0,6 (макс. 6)

- итоговый балл, полученный за работу непосредственно на экзамене – балл от 1 до 10 (где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично), умноженный на 0,4.

Максимальный совокупный балл, который может получить студент за работу в семестре и успешно пройденную промежуточную аттестацию – 10 баллов.

Экзамен в восьмом семестре проводится в мини-группах устно в формате собеседования по темам курса (вопросы к экзамену). Мини-группы формируются исходя из итогового балла за работу в семестре (2-4 балла, 5-7 баллов, 8-10 баллов). Продолжительность экзамена 1,5 часа (на одну группу). Студент допускается к сдаче экзамена при условии выполнения/сдачи практических заданий текущего контроля.

Примерные вопросы к экзамену:

1. Семиотика как наука: предмет, основные понятия, методы.
2. Основные понятия семиотики: знак, знаковая система, знаковая ситуация (семиозис) с упоминанием теоретиков, рассматривающих в своих работах эти понятия
3. Основные понятия семиотики: текст, понимание, интерпретация с упоминанием теоретиков, рассматривающих в своих работах эти понятия
3. Основные понятия семиотики: денотат, коннотация, код с упоминанием теоретиков, рассматривающих в своих работах эти понятия
4. Восприятие и интерпретация текст: роль установки, уровни восприятия и интерпретации
5. Классики семиотики. Краткий обзор (Ч. Пирс, Ф. де Соссюр, Ч. Моррис)
6. Семиотическая теория Ч. Пирса (семиотический треугольник Пирса, типология знаков)
7. Семиотическая теория Ф. де Соссюра (язык-речь, знак как психическая реальность)

8. Семиотика Ч. Морриса (интерпретатор как участник семиозиса, выделение 3 аспектов семиотики - синтаксика, семантика, прагматика)

9. Возможности иконических, индексальных и символических знаков в рекламе (можно с примерами)

10. Уровни интерпретации визуального ряда рекламного сообщения у У. Эко (иконический, иконографический, уровень тропов/риторических фигур)

11. Уровень топосов и энтизем в интерпретации рекламного сообщения (У. Эко)

12. Понятие идеологии в семиотической концепции У. Эко. Идеология "общества потребления" в рекламном дискурсе (сначала надо разобраться с понятием дискурс, потом почитать о специфике рекламного дискурса).

13. Культурный код Клотера Рапая: понятие культурного кода, метод исследования К.Рапая, применение его метода в МК.

14. Понятие креолизованного текста. Реклама как креолизованный текст. Возможности вербальных и невербальных средств знаковых систем (языков) культуры.

16. Мифодизайн в рекламе: возможности и инструменты мифодизайна (авторы, концепции, психологические основания – краткий обзор)

17. Аудиореклама как креолизованный текст. Звуковые коды рекламы.

18. Коммуникативный потенциал стиля. Понятие стиля, примеры стилей и стилевых направлений (с характеристикой выразительных средств).

19. Семиотика делового костюма. Стратегия и тактика формирования габитарного имиджа в деловой сфере.

20. Цвет как знак: психологические и символические аспекты. Возможности цвета в рекламе.

Оценка «неудовлетворительно» за экзамен в формате собеседования (в мини-группах) выставляется студенту, если он не проявляет активности в ответах на вопросы, не отвечает на наводящие вопросы преподавателя, не знает имен, ключевых понятий и названий теорий дисциплины;

Оценка «удовлетворительно» за экзамен в формате собеседования (в мини-группах) выставляется студенту, если он не проявляет активности в ответах на вопросы, с трудом отвечает на наводящие вопросы преподавателя, не знает некоторых имен, ключевых понятий и названий теорий дисциплины;

Оценка «хорошо» за экзамен в формате собеседования (в мини-группах) выставляется студенту, если он проявляет активность в ответах на вопросы, отвечает на наводящие вопросы преподавателя, знает имена или ключевые понятия, но затрудняется с раскрытием сути теорий дисциплины;

Оценка «отлично» за экзамен в формате собеседования (в мини-группах) выставляется студенту, если он проявляет активность в ответах на вопросы, легко и быстро отвечает на наводящие вопросы преподавателя, связывает между собой материал различных тем курса и смежных дисциплин, знает имена, ключевые понятия, названия и суть теорий дисциплины.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Прочтите вопросы и выберите один правильный ответ:

1. Что является предметом семиотики как науки? РОУК-1.2

а) Изучение знаков и символов, используемых в различных культурах.

б) Анализ структуры и функций языка.

в) Исследование социальных процессов и явлений.

г) Понимание и интерпретация текстов и сообщений.

2. Кто из перечисленных учёных не является классиком семиотики? РОУК-1.2

а) Чарльз Пирс.

б) Фердинанд де Соссюр.
в) Клод Леви-Стросс.
г) Карл Юнг.

3. Как можно назвать концепцию знака Фердинанда де Соссюра? РОУК-1.2
а) Семиотический треугольник.
б) Теория языковых игр.
в) Концепция знака как психической реальности.
г) Модель трёх аспектов семиотики.

4. Какой аспект семиотики изучает отношения между знаками и их значениями? РОУК-1.2
а) Синтаксика.
б) Семантика.
в) Прагматика.
г) Идеология.

5. Какие типы знаков выделял Чарльз Пирс? РОУК-1.2, РООПК-1.2
а) Иконические, индексальные и символические.
б) Вербальные, невербальные и смешанные.
в) Простые, сложные и составные.
г) Прямые, косвенные и абстрактные.

6. На каком уровне интерпретации визуального ряда рекламного сообщения происходит анализ риторических фигур? РООПК-1.1, РООПК-1.2
а) Уровень тропов.
б) Иконографический уровень.
в) Иконический уровень.
г) Уровень топосов и энтизимов.

7. Что такое топосы в контексте создания рекламного сообщения? РОУК-1.2, РООПК-1.2
а) Общие места, используемые для аргументации.
б) Конкретные образы и символы.
в) Эмоциональные и психологические аспекты.
г) Социальные и культурные контексты.

8. Что представляет собой идеология в семиотической концепции Умберто Эко? РОУК-1.2
а) Способы, с помощью которых смыслы в своих символических формах служат установлению и поддержанию господства.
б) Набор стереотипов и предрассудков.
в) Способ мышления и восприятия реальности.
г) Механизм формирования общественного мнения.

9. Какую роль играют знаки в рекламном дискурсе? РОУК-1.2, РООПК-1.2
а) Они создают образы и ассоциации.
б) Они формируют стереотипы и предубеждения.
в) Они передают информацию и идеи.
г) Все вышеперечисленные варианты.

10. Что такое креолизованный текст? РООПК-1.1, РООПК-1.2
а) Текст, в котором используются только вербальные средства.
б) Текст, состоящий из вербальных и невербальных компонентов.
в) Текст, написанный на креольском языке.
г) Текст, предназначенный для перевода.

Ключи к тесту: 1 - г; 2 - г; 3 - в; 4 – б; 5 - а; 6 – а; 7 - а; 8 - а; 9 - г ; 10 – б.

5. Информация о разработчиках

Автор программы и преподаватель дисциплины: Гужова И.В., к.филос.н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., д. филос. наук, профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.