

## **Анотація до курсу «Семіотичні методи дослідження в науці про соціальні комунікації»**

Сьогодні питання маніпуляції свідомістю особистості і суспільства загалом через засоби масової комунікації (далі – ЗМК) та рекламу, на нашу думку, є актуальним і вимагає розгляду, що дасть можливість зрозуміти принципи, якими керуються ті, хто здійснює маніпуляції, а отже, і можливість протистояти цьому впливу. У сучасному світі засоби масової комунікації, зокрема реклама, стають не стільки способом інформування споживачів, скільки потужним засобом впливу на суспільну свідомість з метою створювати установки, певні ідеали, цінності та стереотипи, які можуть бути використані для впливу на суспільну думку. Тому ми вважаємо за необхідне виділити і дослідити роль та властивості інформації як головного ресурсу для всіх видів маніпуляцій.

**Мета вивчення курсу:** окреслити перспективи використання семіотики як методу дослідження соціальних комунікацій.

### **Структура курсу.**

**В першому модулі** студенти розглядають такі методи протидії впливу ЗМІ: формування критичного мислення по відношенню до отриманої інформації від зовнішнього світу через систему ЗМІ та ЗМК, набуття навичок роботи з інформацією; – отримання і закріплення матеріалу з інформаційної безпеки, формування уявлення про вплив інформаційних потоків на психіку людини; – спільний перегляд та обговорення (у складі груп, колективів, шкільних класів, ін.) повідомлень із ЗМІ (друкованих, електронних), випусків новин, телепередач тощо, з метою аналізу різних медіатекстів, виділення спрямованості інтересів творців подібних текстів; – спеціально підготовленим педагогам (експертам) необхідно працювати з дітьми, підлітками та молоддю у спектрі знань про вплив інформації на мозок; – необхідно вибірково підходити до вибору інформації, що надходить вранці, оскільки після пробудження людина якийсь час перебуває в сонливому стані, що можна порівняти із станом трансу, коли будь-яка інформація із зовнішнього світу відразу надходить до підсвідомості, потім закарбовується в глибинах несвідомого

**В другому модулі** студентам пропонується вивчення таких прийомів: спотворення інформації (від відкритої брехні до зміщення поняття по семантичному полю). Дозволяє виготовляти необхідний образ реальності, в якій головним стає те, що потрібно в ній побачити; приховування інформації (приховування, замовчування, вибіркова подача матеріалу); маніпулювання зі способом подачі матеріалу (повідомлення повинно бути сприйнято необхідним відправнику чином). Дозована інформація не дає можливості ефективно нею скористатися. Сюди відноситься цілеспрямоване компонування тем, що повинно наводити одержувача інформації на чітко визначені висновки; – маніпулювання з часом подачі інформації. Порядок подання відомостей, час їх озвучення та обговорення безпосередньо впливають на оцінку та засвоєння інформації; перевантаження адресатів відомостями, дібраними за яким-небудь

параметром, що переслідує, насамперед, мету – змусити адресата відмовитися від наданої інформації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати**:

- методи протидії впливу ЗМІ;
- три типи сприйняття дійсності.

**вміти**:

- самостійно аналізувати різні теоретичні підходи та концепції в області медіапсихології;
- застосовувати психологічні знання на практиці організації інформаційно-психологічної безпеки особистості.

**Корисні джерела:**

1. Агеев В. Семиотика / В. Агеев. – М.: «Весь Мир», 2002. – 256 с.
2. Ахиярова К. Р. Роль средств массовой информации (СМИ) в манипулировании личностью [Электронный ресурс]: К. Р. Ахиярова // Электронный журнал «Исследовано в России». – 2011. – № 1. – Режим доступа: [http://magru.net/pubs/122/Rol\\_sredstv\\_massovoy\\_informatsii\\_SMI\\_v\\_manipulirovani\\_lichnostyu.pdf](http://magru.net/pubs/122/Rol_sredstv_massovoy_informatsii_SMI_v_manipulirovani_lichnostyu.pdf)
3. Головлева Е. Л. Основы рекламы [Текст]: учеб. пособие / Е. Л. Головлева. – М.: ЗАО Издательский Дом «Главбух», 2003. – 272 с.
4. Горный Е. Что такое семиотика? [Электронный ресурс] // Радуга. – Таллин, 1996. – С. 168-175. – Режим доступа: [http://www.netslova.ru/gornyy/selected/semiotics\\_r.html](http://www.netslova.ru/gornyy/selected/semiotics_r.html)
5. Доценко Е. Л. Психология манипуляции [Текст] / Е. Л. Доценко. – М., 1996. – 344 с.
6. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс [Текст] / С. А. Зелинский. – СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. – 407 с