Аннотация к общеуниверситетскому факультативу «Манипуляция потребителем информации: реклама, пропаганда, социальные мифы»

На современном этапе большую роль играет визуальная информация. Через разнообразные каналы она оказывает решающее влияние на человека в экономической и политической сферах, погружает его в мифологические структуры. Визуальные образы, кажущиеся очевидностью, на самом деле таят в себе идеологический обман. Умение распознавать мифы, анализировать воздействие визуальных образов, понимать механизмы воздействия пропаганды разных типов очень значимо сегодня. Но также важно и умение самому создавать эти образы в рамках профессиональной деятельности.

Цель: дать слушателям курса знания, умения и навыки, которые будут им полезны для работы в медиа сфере или в любой другой сфере работы с потребителями визуальных продуктов, дать практические компетенции по созданию собственных визуальных продуктов. Научит распознавать мифы и культурные коды.

Курс рассчитан на студентов факультетов экономики, менеджмента и бизнеса НИУ ВШЭ Пермь, социально-гуманитарного НИУ ВШЭ Пермь, студентов других пермских вузов, политологов, журналистов и специалистов по связям с общественностью.

Тематический план

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Название темы | Лекции  | Практики  |
| 1 | Массовая культура и система знаков | 4 |  |
| 2 | Методы анализа визуальной информации | 2 | 2 |
| 3 | Рекламные образы: механизмы воздействия | 2 | 2 |
| 4 | Гендерные стереотипы глянцевых журналов и другие шаблоны восприятия | 2 | 2 |
| 5 | Пропаганда и идеология: теория и практика | 2 | 2 |
| 6 | Политическая реклама и политические мифы ХХ-ХI века | 2 | 2 |
| 7 | Мемы, аттракторы и хайп: визуальное в соцсетях и интернет  | 2 | 2 |
| 8 | Визуальный медиа продукт: технология и практика создания |  | 4 |

Основная литература:

Полякова Н. В. Теория и практика массовой информации: Учебник / Марков А.А., Молчанова О.И., Полякова Н.В; Под общ.ред. А.А. Маркова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-006505-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/544650>

Барт Р. Мифологии / Зенкин С. (пер. с фр. ). - М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000. - 320 с.

Шюц А. Избранное: мир, светящийся смыслом. /Пер. с нем. и англ.: В. Г. Николаев и др.; сост.: Н. М. Смирнова; общ. и науч. ред., послесл. Н. М. Смирновой. - М. :РОССПЭН, 2004.

Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Пер. с итал. В. Резник и А. Погоняйло. — СПб.: Симпозиум, 2006. — 544 с.

 Юрчак А. Миф о настоящем мужчине и настоящей женщине. Идеологическая работа российской телевизионной рекламы // Семья, гендер, культура. Под ред. В. Тишкова. - М.: Ин-т этнологии антропологии РАН, 1998.