

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 02.02.2021 12:45:49

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac5da145b4155621a10ee37e19a19

## МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 28.05.2018 г., №11

### Рабочая программа дисциплины Мифологизация в СМИ и рекламе

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Конвергентная журналистика

Квалификация: бакалавр

Филологический факультет

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр<br>(<Курс>.<Семестр<br>на курсе>) | 7 (4.1) |    | Итого |    |
|-------------------------------------------|---------|----|-------|----|
| Неделя                                    | 18      |    |       |    |
| Вид занятий                               | УП      | РП | УП    | РП |
| Лекции                                    | 18      | 18 | 18    | 18 |
| Практические                              | 18      | 18 | 18    | 18 |
| В том числе инт.                          | 8       | 8  | 8     | 8  |
| Итого ауд.                                | 36      | 36 | 36    | 36 |
| Контактная работа                         | 36      | 36 | 36    | 36 |
| Сам. работа                               | 36      | 36 | 36    | 36 |
| Итого                                     | 72      | 72 | 72    | 72 |

Рабочая программа дисциплины Мифологизация в СМИ и рекламе / сост. Сафонова Т.В., кандидат филологических наук, доцент; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2018. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 7 августа 2014 г. № 951 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 25 августа 2014 г. № 333777).

Рабочая программа дисциплины "Мифологизация в СМИ и рекламе" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика профиль Конвергентная журналистика

Составитель(и):

Сафонова Т.В., кандидат филологических наук, доцент

© Курский государственный университет, 2018

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1 | Цель освоения учебной дисциплины «Мифологизация в СМИ и рекламе» заключается в ознакомлении обучающихся с особенностями современного мифотворчества в СМИ, раскрытии механизмов мифологизации, ведущей к манипулированию общественным сознанием, рассмотрении основных мифологических конструктов, негативных и позитивных сторон данного явления в масс-медийном пространстве. Задачи: на основе анализа исследований по классической и современной мифологии выделить сущностные свойства и функции мифа; определить условия современного мифотворчества и типологию возникающих мифов в СМИ и рекламе; раскрыть механизм социального мифотворчества, обозначить его роль в манипуляции сознанием общества; рассмотреть действие социальных мифов в современном обществе на примере процесса мифотворчества в структуре масс-медийного пространства России. |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

|                    |           |
|--------------------|-----------|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В.ДВ.1 |
|--------------------|-----------|

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОПК-8: способностью следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике**

**Знать:**

допустимые и неэтичные границы мифотворчества в СМИ;

методы разоблачения мифов посредством СМИ и насаждения мифов в масс-медийном пространстве;

место профессиональной этики и профессиональной морали в структуре журналистики, процессы развития системы этического регулирования СМИ в западной и отечественной практике, специфику ценностного подхода к медиа в рамках аксиологии журналистики.

**Уметь:**

выбирать мифоконструкты и методики мифотворчества, не нарушающие профессиональной журналистской этики;

распознавать механизмы мифотворчества в рекламной коммуникации;

разбираться в причинах морально-этических проблем и нарушений, связанных с профессиональной журналистской деятельностью

**Владеть:**

навыками создания текстов, обладающих различными уровнями манипулятивно-воздействия и использующими различные мифологемы;

навыками нравственного поведения современного журналиста, приёмами мониторинга документов, содержащих положения о нормах профессиональной этики

приёмами защиты от негативных манипулятивных тактик мифотворчества в СМИ.

**ОПК-21: способностью применять знание основ публич-релейнз и рекламы в профессиональной деятельности**

**Знать:**

специфику современной рекламной коммуникации с точки зрения использования практик мифотворчества;

особенности стереотипизации рекламной коммуникации;

актуальные проблемы современной рекламы и ее размещения в СМИ

**Уметь:**

определять наиболее распространённые тактики мифотворчества в рекламе;

анализировать степень воздействия рекламы на потребителя;

исследовать основные носители рекламы по стратегическим источникам рекламы

**Владеть:**

навыками создания рекламных текстов, обладающих различными уровнями манипулятивно-воздействия и использующими различные мифологемы;

навыками создания политической рекламы, базирующейся на мифотворчестве;

приёмами защиты от негативных манипулятивных тактик мифотворчества в рекламе.

**ПК-2: способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах**

**Знать:**

основные тактики мифотворчества в различных жанрах и типах СМИ;

**Уметь:**

применять различные тактики мифотворчества, ориентируясь на аудиторию различных жанров и мультимедийных платформ;

**Владеть:**

навыками написания и создания материалов для различных типов СМИ с применением основных мифоконструктов;

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

| Код занятия | Наименование разделов и тем                                                            | Вид занятий | Семестр / Курс | Часов | Интеракт. |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------|-------|-----------|
|             | <b>Раздел 1.</b>                                                                       | Раздел      |                |       |           |
| 1.1         | Диалектика мифа в СМИ.                                                                 | Лек         | 7              | 2     | 0         |
| 1.2         | Диалектика мифа в СМИ.                                                                 | Ср          | 7              | 2     | 0         |
| 1.3         | Технологии воздействия масс-медийного мифотворчества на сознание и поведение человека. | Лек         | 7              | 2     | 0         |
| 1.4         | Технологии воздействия масс-медийного мифотворчества на сознание и поведение человека. | Ср          | 7              | 4     | 0         |
| 1.5         | Стереотипы как форма отражения мифосознания в СМИ.                                     | Лек         | 7              | 2     | 0         |
| 1.6         | Стереотипы как форма отражения мифосознания в СМИ.                                     | Ср          | 7              | 2     | 0         |
| 1.7         | Стереотипы как форма отражения мифосознания в СМИ.                                     | Пр          | 7              | 2     | 0         |
| 1.8         | Мифологизация в прессе.                                                                | Ср          | 7              | 4     | 0         |
| 1.9         | Мифологизация в прессе.                                                                | Пр          | 7              | 2     | 0         |
| 1.10        | Роль мифа в формировании имиджа страны и региона.                                      | Лек         | 7              | 2     | 2         |
| 1.11        | Роль мифа в формировании имиджа страны и региона.                                      | Ср          | 7              | 4     | 0         |
| 1.12        | Роль мифа в формировании имиджа страны и региона.                                      | Пр          | 7              | 2     | 0         |
| 1.13        | Мифологизация на ТВ.                                                                   | Лек         | 7              | 2     | 2         |
| 1.14        | Мифологизация на ТВ.                                                                   | Ср          | 7              | 4     | 0         |
| 1.15        | Мифологизация на ТВ.                                                                   | Пр          | 7              | 2     | 0         |
| 1.16        | Мифотворчество и политика в СМИ.                                                       | Лек         | 7              | 2     | 2         |
| 1.17        | Мифотворчество и политика в СМИ.                                                       | Ср          | 7              | 4     | 0         |
| 1.18        | Мифотворчество и политика в СМИ.                                                       | Пр          | 7              | 2     | 0         |
| 1.19        | Мифы и Интернет.                                                                       | Лек         | 7              | 2     | 2         |
| 1.20        | Мифы и Интернет.                                                                       | Ср          | 7              | 4     | 0         |
| 1.21        | Мифы и Интернет.                                                                       | Пр          | 7              | 2     | 0         |
| 1.22        | Мифотворчество в рекламе.                                                              | Лек         | 7              | 2     | 0         |
| 1.23        | Мифотворчество в рекламе.                                                              | Ср          | 7              | 4     | 0         |
| 1.24        | Мифотворчество в рекламе.                                                              | Пр          | 7              | 2     | 0         |
| 1.25        | Особенности использования архетипов и символов в рекламе.                              | Ср          | 7              | 2     | 0         |
| 1.26        | Особенности использования архетипов и символов в рекламе.                              | Пр          | 7              | 2     | 0         |
| 1.27        | Негативные последствия и положительные стороны мифотворчества в СМИ.                   | Лек         | 7              | 2     | 0         |
| 1.28        | Негативные последствия и положительные стороны мифотворчества в СМИ.                   | Пр          | 7              | 2     | 0         |

|      |                                                                      |    |   |   |   |
|------|----------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|
| 1.29 | Негативные последствия и положительные стороны мифотворчества в СМИ. | Ср | 7 | 2 | 0 |
|------|----------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации утверждены на заседании кафедры теории и практики журналистской работы 07.09.2017 протоколом № 1 и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

### 5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации утверждены на заседании кафедры теории и практики журналистской работы 07.09.2017 протоколом № 1 и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

|      | Заглавие                                                                                                                        | Эл. адрес                                                                                                                   | Кол- |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Л1.1 | Васильева Л. А. - Ролевые функции СМИ в процессе политической мифологизации: Монография - Саратов: Вузовское образование, 2015. | <a href="http://www.iprbookshop.ru/39115">http://www.iprbookshop.ru/39115</a>                                               | 1    |
| Л1.2 | Пендикова И. Г., Ракитина Л. С., Дмитриева Л. М. - Архетип и символ в рекламе: учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2015.      | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114725">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114725</a> | 1    |

#### 6.1.2. Дополнительная литература

|       | Заглавие                                                                                                                                    | Эл. адрес                                                                                                                   | Кол- |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Л2.1  | Ульяновский А.В. - Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы - СПб.: Питер, 2005.                                                          |                                                                                                                             | 1    |
| Л2.2  | Нечаев В.Д. - Региональный миф в политической культуре современной России. - М., 1999.                                                      |                                                                                                                             | 1    |
| Л2.3  | Горохов А. - Черный пиарщик: Роман - М.: АСТ: Астрель, 2003.                                                                                |                                                                                                                             | 2    |
| Л2.4  | Элиаде М. - Аспекты мифа - М.: Академический Проект : Парадигма, 2005.                                                                      |                                                                                                                             | 1    |
| Л2.5  | Данилова А.А. - Манипулирование словом в средствах массовой информации - М.: Добросвет, 2011.                                               |                                                                                                                             | 4    |
| Л2.6  | Лосев А. Ф. - Диалектика мифа - Москва: Директ-Медиа, 2007.                                                                                 | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=36124">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=36124</a>   | 1    |
| Л2.7  | Юнг К. Г. - Об архетипах коллективного бессознательного - Москва: Директ-Медиа, 2007.                                                       | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=36246">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=36246</a>   | 1    |
| Л2.8  | Чумиков А. Н. - Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии - М. Берлин: Директ-Медиа, 2015.                         | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=375635">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=375635</a> | 1    |
| Л2.9  | Клюев Ю. В. - Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия - М. Берлин: Директ-Медиа, 2016. | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=434684">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=434684</a> | 1    |
| Л2.10 | Кошелева А. Н. - Психология Интернет-коммуникации - Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2015.                                          | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=435445">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=435445</a> | 1    |

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

|    |                                                                          |
|----|--------------------------------------------------------------------------|
| Э1 | Мифотворчество в средствах массовой информации                           |
| Э2 | Архетип и символ как основные формы выражения культурных смыслов рекламы |
| Э3 | Мифы в идеологии и политике                                              |

#### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

|         |                                    |
|---------|------------------------------------|
| 7.3.1.1 | Microsoft Windows Win10Pro         |
| 7.3.1.2 | Microsoft Windows 7                |
| 7.3.1.3 | Microsoft Windows 8.1              |
| 7.3.1.4 | Microsoft Office Professional 2007 |
| 7.3.1.5 | Google Chrome                      |
| 7.3.1.6 | 7-Zip                              |
| 7.3.1.7 | Adobe Acrobat Reader DC            |

**6.3.2 Перечень информационных справочных систем**

|         |                                                                                                                 |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.3.2.1 | - Электронный каталог библиотеки КГУ <a href="http://195.93.165.10:2280">http://195.93.165.10:2280</a>          |
| 7.3.2.2 | - Научная электронная библиотека <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>                            |
| 7.3.2.3 | - Университетская информационная система «Россия» <a href="http://uisrussia.msu.ru">http://uisrussia.msu.ru</a> |

**7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1 | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 65 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 33) укомплектована учебной мебелью (стол - 30 шт., стул - 68 шт., доска (2 шт.), кафедрой (1 шт.). |
| 7.2 | Помещение для самостоятельной работы обучающихся (аудитория №146 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 33) оснащено необходимой мебелью (61 стол, 162 посадочных места) и компьютерами MSI(27 шт.) и ASUS (13 штук) с доступом к сети Интернет.                                                                         |
| 7.3 | Помещение для самостоятельной работы обучающихся (аудитория №303 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 29) оснащено необходимой мебелью (55 столов, 55 посадочных мест) и компьютерами ASUS (28 шт.)с доступом к сети Интернет.                                                                                         |
| 7.4 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

**8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

|  |
|--|
|  |
|--|