# Вопросы к зачету

1.Содержание понятий «социальная коммуникация», «визуальная коммуникация», «визуальный образ», «визуальный контент»

2. Содержание понятий «визуальность», «визуальная культура». Характеристики визуальной культуры современного общества

3. Визуальное восприятие: понятие, основные характеристики

4. Понимание коммуникации в различных парадигмах (Концепция Крейга)

5. Понятие и виды коммуникационных каналов

6. Средства и функции визуальных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью

7. Семиотика социальной коммуникации. Объект и предмет семиотики социальной коммуникации

8.Понятия «знак» и «знаковая система». Основные типы знаков и знаковых систем

9. Типология знаков Ч. Пирса

10. Концепции знака Ф. де Соссюра и Ч. Пирса

11. Модель знака Г. Фреге

12. Понятие и модель знака Огдена и Ричардса

13. Модель знаковой деятельности Ч. Пирса

14. Модель рекламного знака

15. Функции знаков в коммуникативном процессе

16. Семантическое описание человеческой деятельности Ч. Морриса. Соотношение стадий действия субъекта и функций знаков

17. Семиотическая концепция Р. Барта как инструмент анализа рекламных и PR-коммуникаций

18. Реклама как креолизованный текст

19. Использование принципов семиотического анализа для исследования медиатекстов

20. Использование архетипов в визуальных коммуникациях

21. Фирменный стиль: понятие, форматы, элементы

22. Фактор цвета в рекламных и PR-коммуникациях

23. Понятие и особенности использования приема иконичной аллюзии в рекламе