

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.О.06	Теория и философия медиакommunikаций
Учебный план:	ФГОС3++zm420401-1_26-13.plx
Кафедра:	35 Рекламы и современных коммуникаций
Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура
Форма обучения:	заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	4	4	127	9	4	Экзамен
	РПД	4	4	127	9	4	
Итого	УП	4	4	127	9	4	
	РПД	4	4	127	9	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать целостное представление о медиасистеме как среде существования рекламы и PR, а также выработать способность использовать философско-теоретические подходы для прогнозирования коммуникативных эффектов и управления общественным мнением.

1.2 Задачи дисциплины:

1. Изучение эволюции теоретических моделей медиа и коммуникации.
2. Освоение категориально-понятийного аппарата философии медиа.
3. Развитие навыков критического анализа медиареальности и информационных потоков.
4. Формирование компетенций по проектированию коммуникационных стратегий с учетом философских и теоретических паттернов восприятия информации.
5. Воспитание этической ответственности за контент и социальные последствия коммуникационной деятельности.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Знать: теоретические модели и философские основания медиакоммуникаций, определяющие запросы общества и индустрии
Уметь: применять концептуальный аппарат теории медиа для планирования и координации разработки медиапродуктов с учетом динамики языковых норм
Владеть: навыками критического анализа и прогнозирования трансформаций знаковых систем для организации эффективного создания востребованных коммуникационных продуктов
ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Знать: основные тенденции эволюции общественных и государственных институтов в контексте философии медиа
Уметь: выявлять причинно-следственные связи между трансформацией этих институтов и изменением медиасреды для обоснования редакционной политики
Владеть: навыками институционального анализа для формирования стратегии разностороннего освещения событий в медиа- и коммуникационных продуктах.
ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основные этапы и многообразие достижений отечественной и мировой культуры в контексте развития медиакоммуникаций
Уметь: анализировать культурные коды, философские концепции и исторические прецеденты для обоснования творческих и стратегических решений при разработке медиатекстов
Владеть: навыками интеграции культурно-исторического анализа в процесс проектирования коммуникационных продуктов для решения профессиональных задач.
ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать: актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, а также политические, экономические, правовые и этические механизмы их функционирования
Уметь: анализировать медиакоммуникационные системы для обоснования профессиональных решений с учетом их политического, экономического и нормативно-правового контекста
Владеть: навыками комплексного анализа тенденций развития медиакоммуникаций и применения полученных аналитических данных в процессе обоснования профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ И ИСТОРИЯ МЕДИАФИЛОСОФИИ	1			
Тема 1. Медиа как онтологическая проблема: от платонизма к постантропоцентризму		1		15
Тема 2. Критическая теория медиа: Франкфуртская школа и постструктурализм			1	15
Тема 3. Медиаархеология и материальность коммуникации		1		15
Раздел 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ЭВОЛЮЦИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ				
Тема 4. Эволюция теорий массовой коммуникации: от «магической пули» к ограниченным эффектам			1	15
Тема 5. Социокультурные теории медиа: детерминизм и конструктивизм		1		15
Тема 6. Конвергенция и трансмедийность: структурная трансформация медиаландшафта			1	15
Раздел 3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОСОФИИ И ТЕОРИИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ				
Тема 7. Цифровая субъективность и экономика внимания		1		10
Тема 8. Этика и антропология искусственного интеллекта в коммуникациях			1	15
Тема 9. Будущее медиа: постправда, эпистемологический кризис и новая искренность				12
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	127
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5
Всего контактная работа и СР по дисциплине		10,5		133,5

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ОПК-1	аргументированно выявлять, анализировать и интерпретировать философские, теоретические и методологические основания медиакommunikаций, применяя их для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью.
ОПК-2	способность использовать многообразие медиаресурсов по критериям глубины философско-теоретического анализа медиасистемы, обосновывать выбор коммуникационных стратегий и качества реализации прикладного медиaproдyкта в проектной деятельности.
ОПК-3	способность студента аргументированно анализировать медиатексты и коммуникационные процессы с использованием категориально-понятийного аппарата философии и теоретических концепций медиакommunikаций для решения профессиональных задач.
ОПК-5	способность студента выявлять сущностные основания медийных процессов, используя философско-теоретический инструментарий для обоснования стратегий коммуникационного взаимодействия в профессиональной деятельности.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Студент демонстрирует глубокое, системное понимание вопроса, выходящее за рамки базового учебника.	
4 (хорошо)	Студент твердо знает материал, но допускает незначительные неточности, испытывает трудности при глубоком анализе или синтезе знаний.	
3 (удовлетворительно)	Студент воспроизводит материал на уровне запоминания, демонстрирует поверхностное понимание, допускает существенные ошибки.	
2 (неудовлетворительно)	Студент не владеет материалом по теме опроса, демонстрирует отсутствие базовых знаний.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Предмет и объект теории медиакommunikаций.
2	Место медиакommunikаций в системе социальных коммуникаций.
3	Модель коммуникации Лассуэлла и её значение.
4	Линейные и нелинейные модели передачи информации.
5	Понятие медиатекста и его основные характеристики.
6	Типология медиа: от устной речи к цифровым платформам.
7	Массовая аудитория как субъект медиакommunikации.
8	Эффекты медиавоздействия: теории и механизмы.

9	Понятие медиареальности и её конструирование.
10	Философские основания изучения медиа (платоновская пещера, симулякры).
11	Концепция информационного общества и её критика.
12	Понимание истины в медиа: факт и интерпретация.
13	Функции медиа в обществе: информационная, культурная, рекреативная.
14	Этика медиакommunikаций и ответственность коммуникатора.
15	Понятие общественного мнения в теории медиа.
16	Власть медиа: концепции четвёртой власти и мягкой силы.
17	Феномен повестки дня в медиа и обществе.
18	Теория использования и удовлетворения потребностей аудитории.
19	Понятие коммуникативного действия в философии медиа.
20	Медиа и идентичность: национальная, культурная, групповая.
21	Технологический детерминизм в теории медиакommunikаций.
22	Принципы диалога и монолога в массовой коммуникации.
23	Проблема манипуляции и пропаганды в медиасреде.
24	Понятие медиаэкосистемы и её структурные уровни.
25	Философия цифрового следа и приватности.
26	Коммуникативные барьеры и шумы в медиаканалах.
27	Роль обратной связи в современной медиакommunikации.
28	Концепция публичной сферы в медиафилософии.
29	Влияние медиа на социальные нормы и ценности.
30	Будущее медиакommunikаций: антропологические и технологические вызовы.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Кто из авторов ввел понятие «глобальная деревня»?

- а) Жан Бодрийяр
- б) Маршалл Маклюэн
- в) Юрген Хабермас
- г) Ноам Хомский

Согласно теории «спирали молчания», люди склонны:

- а) Активно распространять непопулярное мнение
- б) Замалчивать свое мнение, если считают его непопулярным, из страха изоляции
- в) Всегда следовать мнению лидеров мнений
- г) Игнорировать медиаповестку

Что в семиотике обозначает термин «коннотация»?

- а) Буквальное, словарное значение знака
- б) Культурно-историческое, ассоциативное значение знака
- в) Физическая форма знака
- г) Отсутствие связи между означающим и означаемым

Какой подход предполагает изучение медиа в первую очередь как среды обитания человека, меняющей его восприятие?

- а) Медиацентричный подход
- б) Антропоцентричный подход
- в) Технологический детерминизм
- г) Структурный функционализм

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. «Расширение человека: Аудит медиа»

Цель: Применить концепцию Маршалла Маклюэна о медиа как «продолжении человека» для анализа современных digital-инструментов.

Формат: Командный проект (4–5 человек) + презентация.

Задание:

Выберите бренд или общественного деятеля (блогера, политика).

Проведите «аудит» всех каналов коммуникации этого субъекта с точки зрения теории Маклюэна.

Какое «продолжение» человека или функции общества обеспечивает Telegram-канал? (Например, «горячий» медиум — высокая четкость, вовлечение интеллекта vs «холодный» — вовлечение аудитории в достраивание смысла).

Результат: Создайте инфографику «Карта расширений». Вывод: как понимание «медиума как сообщения» позволяет эффективнее выстраивать стратегию коммуникации в разных каналах.

Задание 2. «Конструирование реальности: Создание новостной повестки»

Цель: Освоить принципы дискурс-анализа Мишеля Фуко и теории повестки дня (Маккомбс, Шоу) на практике.

Формат: Ролевая игра.

Задание:

Разделитесь на группы: «PR-отдел госкорпорации», «независимое СМИ», «оппозиционный телеграм-канал», «агентство фейк-ньюс».

Получите гипотетическое событие (например: «разлив нефти в регионе», «запуск ИИ-помощника в банке» или «скандал с инфлюенсером»).

Каждая группа должна сгенерировать 3–4 новостных сообщения (заголовки, пост, короткое видео) о одном и том же событии, конструируя свою версию реальности через:

Выбор лексики (разлив vs инцидент vs экологическая катастрофа);

Умолчания (о чем не пишем);

Визуальный ряд.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

1. Организационная структура

Экзамен проводится в малых группах (до 5 человек) по билетам. Время на подготовку строго регламентировано (обычно от 30 минут).

Экзамены проводятся в период сессии по утвержденному расписанию, исключая «окна» и пересечения с другими формами контроля.

Предоставляются чистые листы для ответа, черновиков.

2. Содержательные требования

Билет включает ключевые темы, изученные за семестр. Структура билета: 2 теоретических вопроса + 1 практическая задача (ситуация/пример).

Вопросы должны однозначно трактоваться студентом (исключить двусмысленность).

3. Процедура проведения

Идентификация: Обязательная проверка личности студента по документу.

Выбор варианта: Студент выбирает билет случайным образом в присутствии экзаменатора.

Подготовка: В процессе подготовки студент имеет право делать записи в выданном листе ответа. Черновики не проверяются и не влияют на оценку.

Ответ: Устная защита письменных ответов (свободное собеседование) или полный письменный ответ с последующим устным уточнением.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Головлева, Е. Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование	Москва: Академический проект	2020	http://www.iprbookshop.ru/110054.html
Артюшенко, В. В., Никулин, А. В.	Компьютерные сети и телекоммуникации	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/99345.html
Болдогоев, Д., Борчанинова, Э., Глотова, А., Жигилий, О., Иванова, С., Савиной, М.	Развитие потенциала сотрудников: профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93038.html
О.А. Барынина, отв. редактор И.К. Павлова	Мировые культуры и межкультурные коммуникации. Теория и практика: учебно-методическое пособие	М-во науки и высшего образования РФ, С.-Петербург. гос. ун-т пром. технологий и дизайна, Высш. шк. технологии и энергетики. - Санкт-Петербург: ВШТЭ СПбГУПТД	2021	http://nizrp.narod.ru/metod/kafistif/1637761936.pdf
Зайцева, А. В.	Теория коммуникации	Луганск: Книта	2021	http://www.iprbookshop.ru/111217.html
Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/99362.html
Баричко Я.Б.	Теория и философия медиакommunikаций. Контрольная работа	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2025218

7.1.2 Дополнительная учебная литература

Кардинская С. В.	Теория и философия медиакommunikаций	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209421
Багана Ж., Дзенс Н.И., Мельникова Ю.Н.	Национальные особенности межкультурной коммуникации (теория и практика). Учебное пособие	Москва: Флинта	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=367071

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Организация Объединенных Наций. База данных по торговле сырьевыми товарами (United Nations Commodity Trade Statistics Database) [Электронный ресурс]. URL: <https://comtrade.un.org/db/default.aspx>

Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска