

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«29» ___ 06 ___ 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.01 Теория и философия медиакоммуникаций

Учебный план: ФГОС3+_2021-2022_42.04.01_ВШПМ_ЗАО_РИСО в медиаиндустрии №2-3-42.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
(специализация)

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	8	4	123	9	4	Экзамен
	РПД	8	4	123	9	4	
Итого	УП	8	4	123	9	4	
	РПД	8	4	123	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, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор

Кардинская Светлана
Владленовна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающихся в сфере философских теорий коммуникации и медиасистем

1.2 Задачи дисциплины:

1. Ознакомить обучающихся с философскими концепциями медиакommunikации.
2. Сформировать навыки сопоставления коммуникативных моделей, конструирования теоретических схем решения проблем в сфере теорий социальной коммуникации.
3. Закрепить умение самостоятельно мыслить, обосновывать собственные выводы, интерпретировать философские тексты.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

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: проблемные доминанты медиамира и специфику их теоретического осмысления.

Уметь: анализировать и раскрывать на конкретных примерах актуальность медиафилософских, медиатеоретических и других профессиональных исследований.

Владеть: навыками исследования и анализа медиатекстов и медиа-коммуникационных продуктов с учетом теоретических и философских моделей медиакommunikаций.

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 теоретического и философского описания тенденций развития общественных и государственных институтов в сфере медиакommunikаций.

Уметь: выявлять концептуальные проблемы функционирования общественных и государственных институтов в контексте теории и философии медиакommunikаций.

Владеть: навыком системного теоретико-философского анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов.

ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Знать: ключевые элементы многообразия достижений отечественной и мировой культуры, отражающиеся в процессе создания медиатекстов и медиакommunikационных продуктов.

Уметь: анализировать культурные процессы, соотносить результаты своей деятельности по созданию медиапродуктов с реалиями современных медиакommunikаций.

Владеть: навыками интеграции и систематизации многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов

ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Знать: взаимосвязь теоретических и философских концепций медиакommunikаций с социально-политическими, экономическими и этическими нормами.

Уметь: политические, экономические и этические нормы на основании теоретико-философских медиакommunikационных моделей.

Владеть: навыками теоретико-философской оценки профессиональных решений в региональном, национальном и глобальном контекстах развития медиакommunikационных систем.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Классические теории медиакоммуникации	1				
Тема 1. Теоретические подходы к рассмотрению понятия «коммуникация». Коммуникация как связь между элементами. Коммуникация как «структура». Специфик структурирования информации. Теоретические проблемы, связанные с определением коммуникации как структуры. Система коммуникации. Система коммуникации как целое. Язык коммуникации. Проблема структурирующего принципа коммуникации. Субъект коммуникации.		1		10	ИЛ
Тема 2. Позитивистский подход в теории коммуникации. Коммуникация как социальный институт в концепции Э. Дюркгейма. Проблема социального факта. Теория социальной коммуникации как взаимодействия индивидов. Социализация как усвоение норм. Социальный институт как «Другой». Концепция «коллективного субъекта». Психологизация социальной коммуникации в концепции Э. Дюркгейма. Коммуникация как идеология. Проблема исследования коммуникации в позитивистском подходе. Проблема власти как структурирующего принципа социальной коммуникации в системе М. Вебера. «Понимающая социология» о власти. Основания стратификации. Проблема социального пространства системы мест. Концепция обмена ценностями. Контроль как порядок коммуникации. Коммуникативная система Г. Пассуадда		1		10	

<p>Тема 3. Кибернетические теории коммуникации. Теория Р. Хартли. «Передача информации». Соотношение объемов сообщения и информации. «Мера информации». К. Шеннон и его схема коммуникации. Проблема «шума» в информационных системах. Роль передающего устройства в структуре коммуникации. Равновероятностный и неравновероятностный выбор. Статистические закономерности информационных систем. Винер Н. «Кибернетика и общество» Идея вероятностной вселенной. История кибернетики. Прогресс и энтропия. Устойчивость и научение – две формы коммуникативного поведения. Механизм и история языка. Организм в качестве сигнала. Право и коммуникация. Коммуникация, секретность и социальная политика. Роль интеллигенции и ученых. Первая и вторая промышленные революции. Некоторые коммуникативные машины и их будущее. Язык, беспорядок и помехи.</p>	1	1	10	
<p>Тема 4. Структурирование социальной коммуникации в системе У. Липпмана. СМИ в структурах социальной коммуникации – социальный институт и бизнес. Как формируются новости? Проблема стереотипа как структурирующего принципа социальной коммуникации. Существование норм и ценностей в обществе. Роль сообщества экспертов в структурировании социальной коммуникации и формировании стереотипов. Проблема отбора информации. Работа У. Липпмана «Общественное мнение». Внешний мир и его картина в нашем сознании. Цензура и секретность. Контакты и получение информации. Время и внимание. Скорость слова, ясность. Стереотипы. Стереотипы как защита. Слепые зоны. Кодексы и их противники. Выявление стереотипов. Привлечение интереса. Перенос интересов. Лидеры и рядовые члены общества. Природа новостей.</p>	1		10	

<p>Тема 5. Модель «привратника»: проблема структурирования массовой коммуникации. К. Левин и «gatekeeping». Роль редактора газет (информационного канала) в отборе информации. Критика модели «эксперта» У. Липпмана и Д. Уайта. Варианты «модели привратника»: экономика, политика и общественное мнение как структурирующие принципы коммуникации. Основания коммуникации: внешние и внутренние. Проблема внутреннего принципа организации коммуникации. К. и Д. Лэнги. Исследования рейтинга телевизионных программ Э. Дж. Эпштейном. Концепт аудитории как «среднего индивида». «Повестка дня» как модель массовой коммуникации. Гипотеза «agenda-setting» М. де Флера. 70-е гг. XX в. М. Маккомбс и Д. Шоу о «повестке дня». Ийенгар Ш и Киндер Д. «Механизм ранжирования» и «эффекты повестки дня». Ранжирование событий по значимости. Три повестки дня – личная, межличностная и воображаемая. Теоретические основания понятия «повестка дня». Структурно- функциональная теория коммуникации. Объективизм в теориях коммуникации. Лазарсфельд П. и Мертон Р. о социальной роли СМИ. Социальная система как совокупность взаимодействующих элементов. Нормативность системы. Усиление уже существующих норм. Эффект «наркотизации» СМИ. Поддержание существующего социального образца. СМИ и экономическая система общества. Экономика и потребление. Проблема коммуникативности экономики.</p>		1		10	
<p>Тема 6. Бихевиористская теория коммуникации Г. Лассуэла. Что считать коммуникацией? Коммуникация как процесс в биологических системах. Специфика сигналов в биологических системах коммуникации. Сигнал как информация. Отношение «система-среда» в природе. Отличие социальных систем от биологических. Неприменимость биологических схем коммуникации к социальным системам. Схематизация в коммуникационных системах. Роль ценностей и институтов в социальной коммуникации. Понятия «институт» и «власть». Позитивистская теория социального института.</p>				11	
<p>Раздел 2. Современные подходы к рассмотрению медиакоммуникации</p>					

<p>Тема 7. Концепция медиа М. Маклюэна. «Понимание медиа» М. Маклюэна. «Медиа есть сообщение». Социум как система коммуникации. Эксплозия. Имплотация. Горячие и холодные средства коммуникации. Метафора как основание медиа. Отношение медиа и мира. Исторические типы медиа. Мозаичная структура медиасообщения. Пресса: «управление посредством утечки информации». Рекламное сообщение как «хорошая новость».</p>	1		13	ИЛ
<p>Тема 8. Семиотические модели коммуникации. В. Гумбольдт, Ф. де Соссюр. Проблема языковых структур. Проблема знака в коммуникативных системах. Знаки и лакуны. Мифологические модели коммуникации. Структура мифа (К. Леви-Стросс) . Р. Барт. Социальные мифологические структуры. Коммуникация как дискурс власти М. Фуко). Проблема отсутствующей структуры в теории коммуникации У. Эко.</p>		1	13	
<p>Тема 9. Модель коммуникации как аутопойетической системы (Н. Луман). Н. Луман «Общество как социальная система». «Система масс-медиа». Самореференция (аутопойезис) системы. Тавтология и парадокс ситемы коммуникации. Внутреннее и внешнее системы. Система и «окружающий мир». Настоящее и прошлое системы. Различия информация / не информация. Последовательность операций. Рекурсивность системы. Элементы и структура. «Центр» системы как сфера неопределенности. «Слепое пятно» как структурирующий принцип системы коммуникации.</p>		1	13	
<p>Тема 10. Феноменологические модели коммуникации. Понятие «время» в феноменологических концепциях. Коммуникация как взаимодействие индивидов в повседневности. А. Щюц, П. Бергер, Т. Лукман. Социальное конструирование реальности. Коммуникация как взаимодействие индивидов в социальном пространстве (П. Бурдьё). Бурдьё П. «О телевидении и журналистике».</p>	1		13	
<p>Тема 11. Постмодернистская модель масс-медиа (Ж. Бодрийяр). «Символический обмен и смерть», «Реквием по массмедиа». Понятие «симулякр». Критика экономической теории Маркса Ж. Бодрийяром. Аким образм производство превращается в симулякр? Зарплата и деньги как симулякры. Труд как «дар смерти». Социальная система ка симулятивная модель. Нейтрализация субъекта и объекта коммуникации: понятия «масса» и «массовое общество». Проблема смысла социальной коммуникации.</p>	1	1	10	
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>	8	4	123	

Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5	6,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		14,5	129,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-1	Излагает теоретические концепции медиакоммуникации, Обосновывает необходимость медиаисследований, На основании теоретических моделей интерпретирует тексты медиакоммуникации.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания Практико-ориентированные задания
ОПК-2	Излагает основные направления трансформации медиаструктур в современности, Составляет план анализа деятельности социально-политических учреждений, организующих медиакоммуникацию, Формирует инструментарий исследования общественных и государственных институтов.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания Практико-ориентированные задания
ОПК-3	Формулирует мировые достижения культуры, как основания современных медиасообщений. Составляет таблицу категорий контент-анализа сообщений СМИ. Представляет отчет о проведении контент-анализа сообщений СМИ по определенной социальной проблеме	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания Практико-ориентированные задания
ОПК-5	Определяет философские модели медиакоммуникации и проводит их взаимосвязь с социальными явлениями современности. Анализирует социальные ценности, используя философские модели интерпретации. Представляет аналитический отчет современных тенденций деятельности в сфере коммуникации	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
-------------------------	--	--

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Коммуникация как связь между элементами.
2	Коммуникация как «структура». Специфик структурирования информации.
3	Теоретические проблемы, связанные с определением коммуникации как структуры. Система коммуникации. Система коммуникации как целое.
4	Язык коммуникации. Проблема структурирующего принципа коммуникации. Субъект коммуникации.
5	Позитивистский подход в теории коммуникации.
6	Коммуникация как социальный институт в концепции Э. Дюркгейма. Проблема социального факта.
7	Теория социальной коммуникации как взаимодействия индивидов.
8	Социализация как усвоение норм. Концепция «коллективного субъекта».
9	Психологизация социальной коммуникации в концепции Э. Дюркгейма. Коммуникация как идеология.
10	Проблема исследования коммуникации в позитивистском подходе.
11	Проблема власти как структурирующего принципа социальной коммуникации в системе М. Вебера. «Понимающая социология» о власти.
12	Основания стратификации. Проблема социального пространства как системы мест. Концепция обмена ценностями. Контроль как порядок коммуникации.
13	Кибернетические теории коммуникации.
14	Теория Р. Хартли. «Передача информации». Соотношение объемов сообщения и информации.
15	«Мера информации». К. Шеннон и его схема коммуникации. Проблема «шума» в информационных системах.
16	Роль передающего устройства в структуре коммуникации (кибернетический подход). Равновероятный и неравновероятный выбор. Статистические закономерности информационных систем.
17	Структурирование социальной коммуникации в системе У. Липпмана.
18	Проблема стереотипности массовой коммуникации в системе У. Липпмана.
19	Модель «привратника»: проблема структурирования массовой коммуникации. К. Левин и «gatekeeping». Роль редактора газет (информационного канала) в отборе информации
20	Варианты «модели привратника»: экономика, политика и общественное мнение как структурирующие принципы коммуникации. Основания коммуникации: внешние и внутренние.
21	«Повестка дня» как модель массовой коммуникации. Гипотеза «agenda-setting» М. де Флера. 70-е гг. XX в. М. Маккомбс и Д. Шоу о «повестке дня».
22	Ранжирование событий по значимости. Три повестки дня – личная, межличностная и воображаемая. Теоретические основания понятия «повестка дня».
23	Структурно-функциональная теория коммуникации. Объективизм в теориях коммуникации. Лазарсфельд П. и Мертон Р. о социальной роли СМИ.
24	Поддержание существующего социального образца. СМИ и экономическая система общества. Экономика и потребление. Проблема коммуникативности экономики.
25	Бихевиористская теория коммуникации Г. Лассуэла. Что считать коммуникацией? Коммуникация как процесс в биологических системах.
26	Схематизация в коммуникационных системах Г. Лассуэла. Роль ценностей и институтов в социальной коммуникации.
27	Концепция медиа М. Маклюэна. «Понимание медиа» М. Маклюэна. «Медиа есть сообщение».
28	Мозаичная структура медиасообщения (М. Маклюэн). Пресса: «управление посредством утечки информации». Рекламное сообщение как «хорошая новость».
29	Мифологические модели коммуникации. Структура мифа (К. Леви-Стросс) . Р. Барт. Социальные мифологические структуры.
30	Феноменологические модели коммуникации. Понятие «время» в феноменологических концепциях. Коммуникация как взаимодействие индивидов в повседневности. А. Щюц, П. Бергер, Т. Лукман.

31	Постмодернистская модель масс-медиа (Ж. Бодрийяр). «Символический обмен и смерть», «Реквием по массмедиа».
----	--

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Выделить критерии сравнения и составить таблицу сравнительного анализа кибернетического и структурно-функционального подходов к рассмотрению медиакоммуникации.
2. Составить кодировочную таблицу контент-анализа сообщений СМИ по какой-либо социальной проблеме РФ.
3. Проанализировать рекламный ролик на основании онцепции Н. Лумана.
4. Представить семиотический анализ рекламного сообщения (выбор студента).
5. Произвести исследование рекламного сообщения по методу структуризации (Р. Барт).
6. Выполнить дискурсивный анализ рекламного сообщения в соответствии с методом Д. Матисона.
7. Составить план и выполнить анализ новостного сообщения в соответствии с методом дискурсивного анализа (Д. Матисон).
8. Выполнить анализ новостного сообщения по методу Т. ван Дейка.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 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»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устный экзамен.

Время на подготовку – 30-40 мин.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Дзялошинский, И. М.	Культура массовых коммуникаций	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/109257.html
Аксенова, О. Н., Меликян, С. В., Швец, Е. В.	Теория и практика массовой информации	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108343.html
Дзялошинский, И. М.	Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц	Саратов: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/90574.html
Дзялошинский, И. М.	Информационно-коммуникационный универсум как система матриц текстовой деятельности: создание, восприятие и понимание медиатекстов	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/103441.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Богуславская В. В., Ерофеева И. В., Тепляшина А. Н., Толстокулакова Ю. В., Ерофеева И. В.	Моделирование медиатекста	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/79972.html

Кардинская, С. В.	Коммуникационный менеджмент	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2019	http://www.iprbookshop.ru/102916.html
Шаповалова, Н. Г., Старостина, Е. В.	Основы теории коммуникации: начальный курс	Саратов: Вузовское образование	2018	http://www.iprbookshop.ru/74286.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс].
URL: <http://window.edu.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска