

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.01 Теория и философия медиакоммуникаций

Учебный план: 2024-2025 42.04.01 ИБК Бренд-комм ЗАО №2-3-38.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

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

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, 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 Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой _____

Степанов Михаил
Александрович

кандидат культурологии, Доцент _____

Баричко Ярослав
Борисович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью _____

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой _____

Хамаганова Ксения
Владимировна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области современных направлений исследований медиа и коммуникаций, аналитики современной медиакультуры и её продуктов – кино, музыки, компьютерных игр, визуальной и других видов продукции, их природы и эффектов.

1.2 Задачи дисциплины:

- расширить знания студентов в области актуальных гуманитарных стратегий осмысления современности;
- познакомить со спецификой проектного творчества в медиакоммуникациях, в актуальных технологических видах искусства и проектной деятельности;
- раскрыть ведущие концепции медиакоммуникаций и роль медиакоммуникаций в системе культуры.

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

История отечественной и зарубежной рекламы и связей с общественностью

История публичных коммуникаций

Управление проектами

Философские проблемы науки и техники

Интегрированные маркетинговые коммуникации

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 медиакоммуникационных продуктов с учетом теоретических и философских моделей медиакоммуникаций

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: основы теоретического и философского описания тенденций развития общественных и государственных институтов в сфере медиакоммуникаций.

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

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 медиакоммуникационных продуктов

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

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 медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

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

Уметь: описывать социально-политические, экономические и этические нормы на основании теоретико-философских медиакоммуникационных моделей

Владеть: навыками теоретико-философской оценки профессиональных решений в региональном, национальном и глобальном контекстах развития медиакоммуникационных 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. Исторический экскурс в становление и развитие медиа	1				
Тема 1. Основные формы коммуникации в их историческом развитии Практическое занятие: Базовые понятия курса		1	0,5	20	ИЛ
Тема 2. История медианосителей и технологий медиа Практическое занятие: Антропологические воздействия архаических, новоевропейских и современных медиа (по М. Маклюэну и Р. Дебрэ).		1	0,5	20	ИЛ
Раздел 2. Теория медиакommunikаций					
Тема 3. Классификация теорий медиа Практическое занятие: Основные подходы к классификации медиатеорий		1	0,5	20	ИЛ
Тема 4. Основные теоретические подходы к изучению медиакommunikаций Практическое занятие: Методологические проблемы исследований медиакommunikаций		2	1	19	ГД
Раздел 3. Философия медиакommunikаций					
Тема 5. "Медиальный поворот" и медиафилософия Практическое занятие: Поворот в культуре: «онтологический», «лингвистический», «иконический-пикториальный», «телесный», «пространственный», «медиальный» и т.д.		1	0,5	20	ГД
Тема 6. Актуальные вопросы медиафилософии Практическое занятие: Различия теории коммуникации, теории медиа, media studies и медиафилософии.		2	1	24	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		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	определяет проблемные вопросы в медиакommunikациях и выявляет особенности их теоретического осмысления. применяет различные теоретико-методологические модели для исследований профессиональной области. использует навыки исследования и анализа медиатекстов и медиа- коммуникационных продуктов с учетом существующих моделей медиакommunikаций.	Вопросы для устного собеседования практико-ориентированные задания
ОПК-2	характеризует основы описания тенденций развития институтов в сфере медиакommunikаций с позиций теоретиков и мыслителей различных исторических эпох. аргументированно структурирует основные проблемы существования институтов в контексте теории и философии медиакommunikаций. анализирует основные тренды развития общественных и государственных институтов с различных методолого-теоретических позиций.	Вопросы для устного собеседования практико-ориентированные задания
ОПК-3	знает основные достижения отечественной и мировой культуры, отраженные в медиатекстах и медиакommunikационных продуктах анализирует культурные процессы и соотносит свои медиапродукты с современными трендами медиакommunikаций. умело использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов.	Вопросы для устного собеседования практико-ориентированные задания
ОПК-5	определяет связь теоретических и философских концепций медиакommunikаций с основными нормами в политике, экономике, социуме и этике. описывает основные нормы в политике, экономике, социуме и этике на основании теоретико-философских медиакommunikационных моделей. оценивает профессиональные решения в региональном, национальном и глобальном контекстах развития медиакommunikационных систем с точки зрения теории и философии.	Вопросы для устного собеседования Тестовые 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. Может объяснить взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для последующей профессиональной деятельности. Критический, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Обучающийся показывает достаточный уровень знаний в пределах основного учебного материала, без существенных ошибок выполняет предусмотренные в программе задания; способен объяснить взаимосвязь основных понятий дисциплины при дополнительных вопросах преподавателя. Допускает несущественные погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, устраняет их без помощи преподавателя	
3 (удовлетворительно)	При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных	

	терминов. Допускает существенные погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	
2 (неудовлетворительно)	Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

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	Основные понятия и определения дисциплины.
2	Понятия медиа и коммуникации.
3	Исторический экскурс в становление и развитие медиа.
4	Символические медиа: язык, миф, ритуал.
5	Технические медиа: печатный станок, печатная машинка, телеграф, радио, фотография, кино, телевидение, интернет.
6	Медиа и "новые" медиа. Природа "новых медиа".
7	Методологические принципы исследования медиа. Генеалогия и археология медиа
8	Археология медиа. Концепции и представители.
9	Различия: теория коммуникации, теория медиа и media studies, медиафилософия.
10	Поворот в культуре: «онтологический», «лингвистический», «иконический-пикториальный», «телесный», «пространственный», «медиаальный»...
11	Материальные факторы коммуникации. Дискурс / Производство присутствия.
12	Современное состояние исследований медиа.
13	Антропологическая проблема: техника и человек.
14	Медиа – дефиниции и подходы.
15	Предназначение медиакоммуникаций и их место в системе культуры.
16	Понятие «канал коммуникации». Классификация каналов коммуникации.
17	Визуальное и вербальное в культуре: проблема соотношения.
18	Визуальное и вербальное в культуре: проблема соотношения.
19	Проблематика "пост-": пост-медиа, пост-интернет, пост-гуманизм.
20	Социальные медиа как средство современной массовой коммуникации.
21	Эмоции и иммерсия в качестве ключевых элементов визуальной культуры.
22	Тактические медиа и медиаактивизм.
23	Становление массового общества в контексте развития медиа технологий.
24	Коммуникация как средство поддержания социальной структуры.

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Назовите главное отличие медиакommunikаций от коммуникаций:
 - а) проводится через массовые технические средства;
 - б) ориентированы на привлечение внимания потенциального потребителя услуг;
 - в) имеют односторонний характер;
 - г) направлены на реализацию товаров и услуг.
2. Термин обозначающий феномен активистских форм взаимодействия с медиа, представляющих собой формы социальной интеракции и мобилизации, или говоря иначе — медиальное освоение публичной сферы:
 - а) медиаселлинг
 - б) тактические медиа
 - в) стратегические медиа
 - г) медиасфера.
3. Информационное взаимодействие между социальными субъектами, основанное на производстве, распространении и потреблении массовой информации:
 - а) реклама
 - б) медиакommunikации;
 - в) маркетинг;
 - г) журналистика.
4. Техноантропологическая триангуляция в исследованиях медиа:
 - а) общество-технология-эстетика
 - б) техника-физика-химия
 - в) философия-технология-религия
 - г) биология-антропология-минерология.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. По мнению В.Беньямина «Место ритуального основания занимает другая практическая деятельность: ...». Назовите и охарактеризуйте её. Схематично реконструируйте эволюцию и взаимосвязь этих деятельностей, раскрывая факторы их развития и специфику их повседневного существования.
2. По мнению Ф.Ницше «Наш инструмент для письма ... в работе над мыслью». Реконструируйте высказывание и прокомментируйте в контексте проблематики дисциплины.
3. На самостоятельно избранном примере опишите влияния на развитие общества и культуры конкретной практики медиа и коммуникаций.
4. Составьте схему развития медиа в контексте антропогенеза с указанием ключевых медиа (с учетом основных концепций 2-3 автора с указанием их основных произведений).

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»

Допуском к экзамену является сданная самостоятельная работа на выбранную и согласованную с преподавателем тему в формате видео, хронометражом до 5 мин.

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная + Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течении семестра выполняется контрольные работы.

Экзамен проводится в устной форме. Все обучающиеся проходят тест. Далее, обучающийся получает 1 вопрос и 1 практическое задание.

На подготовку к ответу по билету экзамена обучающемуся дается 20 мин.

Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочниками и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу.

При ответе на билет обучающийся должен быть способен связно излагать (а не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя.

В итоговой оценке учитываются результаты всех этапов (тест, вопрос, задание).

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				

Кирия И. В., Новикова А. А.	История и теория медиа : учебник для вузов — 2-е изд., испр., эл.	Москва: ВШЭ	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=372952
Дзялошинский, И. М.	Культура массовых коммуникаций	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/109257.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Дзялошинский, И. М.	Медиатизация культуры в цифровой цивилизации	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2022	https://www.iprbookshop.ru/119113.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>
 Электронная библиотека Гумер [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gumer.info/>
 Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
 Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>.

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
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска