

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.01

Теория и философия медиакоммуникаций

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ИБК Бренд-комм ОО №2-1-38.plx

Кафедра:

37

Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация)

Бренд-коммуникации

Уровень образования:

магистратура

Форма обучения:

очная

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	16	16	85	27	4	Экзамен
	РПД	16	16	85	27	4	
Итого	УП	16	16	85	27	4	
	РПД	16	16	85	27	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 культурологии, Доцент

Баричко Ярослав
Борисович

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

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 медиакommunikациях, в актуальных технологических видах искусства и проектной деятельности;
- раскрыть ведущие концепции медиакommunikаций и роль медиакommunikаций 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

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 медиакommunikационных 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: основы 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: описывать социально-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 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Исторический экскурс в становление и развитие медиа	1				О
Тема 1. Основные формы коммуникации в их историческом развитии		3	1	10	
Практическое занятие: Базовые понятия курса					
Тема 2. История медианосителей и технологий медиа		2	2	10	О
Практическое занятие: Антропологические воздействия архаических, новоевропейских и современных медиа (по М. Маклюэну и Р.Дебрэ).					
Раздел 2. Теория медиакommunikаций					
Тема 3. Классификация теорий медиа		2	4	10	О
Практическое занятие: Основные подходы к классификации медиатеорий					
Тема 4. Основные теоретические подходы к изучению медиакommunikаций		4	5	20	
Практическое занятие: Методологические проблемы исследований медиакommunikаций					О
Раздел 3. Философия медиакommunikаций					
Тема 5. "Медиаальный поворот" и медиафилософия		3	2	11	
Практическое занятие: Поворот в культуре: «онтологический», «лингвистический», «иконический-пикториальный», «телесный», «пространственный», «медиаальный» и т.д.					
Тема 6. Актуальные вопросы медиафилософии		2	2	24	
Практическое занятие: Различия теории коммуникации, теории медиа, media studies и медиафилософии.					
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	16	85	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,5		109,5	

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	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.
ОПК-3	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.
ОПК-5	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.
ОПК-2	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.

6.2 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).	
--	--	--

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

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 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	Медиа и "новые" медиа. Природа "новых медиа".
6	Методологические принципы исследования медиа. Генеалогия и археология медиа
7	Археология медиа. Концепции и представители.
8	Различия: теория коммуникации, теория медиа и media studies, медиафилософия.
9	Поворот в культуре: «онтологический», «лингвистический», «иконический-пикториальный», «телесный», «пространственный», «медиаальный»...
10	Материальные факторы коммуникации. Дискурс / Производство присутствия.
11	Современное состояние исследований медиа.
12	Антропологическая проблема: техника и человек.
13	Медиа – дефиниции и подходы.
14	Предназначение медиакommunikаций и их место в системе культуры.
15	Понятие «канал коммуникации». Классификация каналов коммуникации.
16	Коммуникация как средство поддержания социальной структуры.
17	Визуальное и вербальное в культуре: проблема соотношения.
18	Проблематика "пост-": пост-медиа, пост-интернет, пост-гуманизм.
19	Социальные медиа как средство современной массовой коммуникации.
20	Эмоции и иммерсия в качестве ключевых элементов визуальной культуры.
21	Тактические медиа и медиаактивизм.
22	Становление массового общества в контексте развития медиа технологий.
23	Технические медиа: печатный станок, печатная машинка, телеграф, радио, фотография, кино, телевидение, интернет.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Согласно отечественной традиции, отличие СМИ от СМК заключается в следующем:

- а) СМИ производятся медиаиндустриями
- б) СМИ объективны, СМК – средство пропаганды
- в) Это равнозначные понятия

Какой тип коммуникации сочетает атрибуты «высокая удаленность в пространстве» + «низкая удаленность во времени»?

- а) Бумажное письмо
- б) Цифровая видеозапись
- в) Прямой эфир на телевидении

По какой схеме передается информация массового характера? а) Источник информации – канал передачи информации – получатель информации

- а) СМИ – аудитория СМИ
- б) Источник информации – СМИ – аудитория СМИ
- в) Источник информации – СМИ – получатель информации

Основной институт цензуры в Европе в Средние века:

- а) Университеты
- б) Государство
- в) Церковь

Какой из фильмов не создавали братья Люмьеры?

- а) «Прибытие поезда на вокзал Ла-Сьота»
- б) «Выход рабочих с фабрики»
- в) «Путешествие на Луну»

6.3.3 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 Как М. Кастельс объясняет причины распада СССР? Представьте развернутый ответ в свободной форме

6 В чем состоит конструкция мифа, с точки зрения Ролана Барта? Приведите пример какого-либо современного медийного мифа и проанализируйте его.

7 Почему, с точки зрения Т.Адорно, развлечение в буржуазном обществе является продолжением работы? Дайте развернутый ответ. Попробуйте применить тезис Адорно к анализу современного общества.

8 Разберите выбранный медиаматериал с точки зрения теории пропаганды Г. Ласуэлла.

9 Напишите мини-эссе, представив свои взгляды на современные умные алгоритмы, искусственный интеллект, нейросети и на то, как в ближайшем будущем они изменят культурный, социальный и медиа-ландшафты

10 Представьте в виде схемы или ментальной карты процесс создания рекламного медиапродукта

Литература для выполнения практико-ориентированного задания (рекомендуется обращаться к наиболее актуальным изданиям указанных ниже работ)

Т. Адорно, М. Хоркхаймер – «Диалектика Просвещения: философские фрагменты»

У. Айснер «Комикс и последовательное искусство»

«Арт-коммуникации и визуальная культура в бизнесе» (материалы первой научно-творческой конференции, 15 марта 2024 года Точка кипения «ПромТехДизайн» СПбГУПТД)

И. Ашманов «Цифровая гигиена»

Р. Барт «Camera Lucida», «Мифологии»

В. Беньямин «Краткая история фотографии», «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости»

Э. Бернейс «Пропаганда»

Ж. Бодрийяр «Войны в заливе не было», «Симулякры и симуляция»

Н. Больц «Азбука медиа»

Видеоигры: введение в исследования (отв. ред. Е.В. Галанина)

Ги Дебор «Общество спектакля»

Р. Дебрэ «Введение в медиалогию»

С. Жижек «Киногид извращенца. Кино, философия, идеология»

Е. Зеленцова, Н. Гладких «Творческие индустрии»

М. Кастельс «Информационная эпоха: экономика, общество и культура», «Галактика Интернет.

Размышления об Интернете, бизнесе и обществе»

Г. Лассуэлл «Техника пропаганды в мировой войне»

С. МакКлауд «Понимание комикса»

С. МакКлауд «Переосмысление комикса»

М. Маклюэн «Понимание медиа: внешние расширения человека»

Л. Манович «Язык новых медиа», «Теории софт-культуры»

Медиа: между магией и технологией (под редакцией Н. Сосна, К. Федоровой)

«Медиареальность: концепты и культурные практики» (Учебное пособие, глав. ред. В. В. Савчук).

К. Метц «Воображаемое означающее»

Н. Мирзоев «Как смотреть на мир»

Н. Непряхин «Анатомия заблуждений»

Э. Росс «Как устроено кино»

С. Сонтаг «О фотографии»

А. В. Ставицкий «Общая теория мифа: предварительные итоги исследований»

А. Тарковский «Запечатленное время»

В. Флюссер «За философию фотографии»

Т. Чатфилд «Критическое мышление»

У. Эко «Сотвори себе врага. И другие тексты по случаю»

В. Ю. Яковлева «Основания культурных и креативных индустрий как явления современного общества»

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»

В соответствии с учебным планом студенты должны выполнить письменную контрольную работу и представить ее в установленные сроки преподавателю для проверки. Выполнение контрольной работы – одна из форм научно-исследовательской деятельности студентов, демонстрирующая уровень овладения знаниями и умениями. Контрольная работа является допуском к экзамену.

Обязательной частью контрольной работы является медиапроект – видео для видеоблога с исследованием одного из феноменов, артефактов или произведений медиакультуры (фильм, видеоигра, комикс, рекламное сообщение, мемы и т.д.) - список тем см. в методических указаниях по дисциплине.

Хронометраж видео – 3-5 мин.

Способ подачи материала – инфотеймент (информационно-развлекательный формат). Работа должна быть не простой видеопрезентацией слайдов, но мини-фильмом, который обучающиеся потенциально могли бы опубликовать на своих страницах в социальных медиа. В видео должны быть отражены основные выводы исследования.

Видеопроект будет оцениваться с точки зрения глубины исследования, креативности, качества подачи материала (структура, сюжет, выразительность, монтаж) и качества звука.

Видео должно быть в формате mp4/mpeg/mkv, в названии файла нужно указать фамилию и группу автора. Видеофайл загружается обучающимся в личное облачное хранилище, а ссылка на него указывается в приложениях контрольной работы.

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

☐

Письменная

☐

Компьютерное тестирование

☐

Иная

☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течении семестра выполняются проверочные и контрольные работы.

Экзамен проводится в устной форме. На экзамене 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 (не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя.

В итоговой оценке учитываются результаты всей работы обучающегося в течение семестра.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Дзялошинский, И. М.	Культура массовых коммуникаций	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/109257.html
Аксенова, О. Н., Меликян, С. В., Швеи, Е. В.	Теория и практика массовой информации	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/108343.html
Дзялошинский, И. М.	Медиатизация культуры в цифровой цивилизации	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/119113.html
Сулейманов, М. Р.	Культура медиапотребления: цифровой переход	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/138055.html
Корочкова С. А.	Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239459
7.1.2 Дополнительная 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

Александрова, О. В., Александрова, И. О., Артамонова, Ю. Д., Баранов, А. Н., Блинкина-Мельник, М. М., Борнякова, И. В., Брызгунова, Е. А., Вархотов, Т. А., Вернер, Кальмайер, Виноградова, В. И., Войниканис, Е. А., Волков, А. А., Володина, М. Н., Григорьева, О. Н., Гудков, Д. Б., Демьянков, В. З., Домогацкая, Е. Г., Дроняева, Т. С., Дубровина, И. М., Зарва, М. В., Калинина, Е. Ю., Кара-Мурза, Е. С., Качалкин, А. Н., Кедрова, Г. Е., Клушина, Н. И., Кобозева, И. М., Комова, Т. А., Конурбаев, М. Э., Копнина, Г. А., Костикова, А. А., Ксензенко, О. А., Кубрякова, Е. С., Кузнецов, В. Г., Кукушкина, О. В., Леонтьев, А. А., Липгарт, А. А., Матвеева, Л. В., Микоян, А. С., Миронов, В. В., Папченко, М. Ю., Певак, Е. А., Петренко, В. Ф., Пирятинская, Е. Ф., Поликарпов, А. А., Саблина, О. А., Савчук, С. О., Сковородников, А. П., Солганик, Г. Я., Сольев, М. А., Степанов, Ю. С., Тортунова, И. А., Туркова, А., Федотова, Л. Н., Цурикова, Л. В., Чудинов, А. П., Юдина, Т. В., Володиной, М. Н.	Язык средств массовой информации	Москва: Академический проект	2020	http://www.iprbookshop.ru/110173.html
Степанов М. А.	История медиакommunikаций	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017413
Артамонов, Д. С., Тихоновой, С. В.	Медиапамять в эпоху цифры	Саратов: Издательство Саратовского университета	2023	https://www.iprbookshop.ru/137606.html
Будаев, Э. В., Кушнерук, С. Л., Курочкина, М. А.	Коммуникативное сопровождение массовых протестов в СМИ	Санкт-Петербург: Наукоемкие технологии	2022	https://www.iprbookshop.ru/130089.html

7.2 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>
Нормативные документы
Федеральный закон от 08.08.2024 №330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»
Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)
Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей" от 05.05.2014 N 97-ФЗ (последняя редакция)

Видеоматериалы

Док. фильм «Социальная дилемма» (2020)
Док. фильм «Покупай сейчас» (2024)
Док. фильм «Алгоритм. Кто тобой управляет?» (2021)
Док. фильм С. Жижека «Киногид извращенца: Идеология»
Док. сериал С. Уралова «Когнитивные войны»

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows

7.4 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