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

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР
_____А.Е. Рудин

Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3c 01 9f 6f c8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.01 Теория и философия медиакоммуникаций

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ОО №2-1-134.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

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

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, 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	

Санкт-Петербург
2026

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):

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 медиакоммуникации.
2. Сформировать навыки сопоставление 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 медиакоммуникаций.
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: 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.
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 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.

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. Информацонные теории медиакоммуникации	1				Д
Тема 1. Теоретические подходы к рассмотрению понятия «коммуникация». Коммуникация как связь между элементами. Коммуникация как «структура». Специфика структурирования информации. Теоретические проблемы, связанные с определением коммуникации как структуры. Система коммуникации. Система коммуникации как целое. Язык коммуникации. Основания коммуникации: внешние и внутренние. Проблема внутреннего принципа организации коммуникации. Практическое занятие: Проблема структурирующего принципа коммуникации. Субъект коммуникации.		1	2	7	
Тема 2. Винер Н. «Кибернетика и общество» Идея вероятностной вселенной. Прогресс и энтропия. Устойчивость и научение – две формы коммуникативного поведения. Право и коммуникация. Коммуникация, секретность и социальная политика. 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. Практическое занятие: Статистические закономерности информационных систем.		1	2	10	
Тема 3. Модель «привратника»: проблема структурирования массовой коммуникации. К. Левин и «gatekeeping». Варианты «модели привратника»: экономика, политика и общественное мнение как структурирующие принципы коммуникации. К. и Д. Лэнги. Исследования рейтинга телевизионных программ Э. Дж. Эпштейном. Концепт аудитории как «среднего индивида». Практическое занятие: Некоторые коммуникативные машины и их будущее. Язык, беспорядок и помехи.		1	2	6	
Тема 4. «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.		1		6	

Раздел 2. Социологические теории медиакоммуникации					Пр
Тема 5. Проблема власти как структурирующего принципа социальной коммуникации в системе М. Вебера. «Понимающая социология» о власти. Основания стратификации. Проблема социального пространства ка системы мест. 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. Концепция обмена ценностями. Контроль как порядок коммуникации.		1		6	
Тема 6. 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. Критика модели «эксперта» У.Липпмана и Д. Уайта. Практическое занятие: Роль сообщества экспертов в структурировании социальной коммуникации и формировании стереотипов. Проблема отбора информации.		1	2	8	
Тема 7. 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.		1		6	
Тема 8. 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. Практическое занятие: Схематизация в коммуникационных системах. Роль ценностей и институтов в социальной коммуникации. Понятия «институт» и «власть».		1	2	6	

Раздел 3. Современные теории медиакоммуникации					
Тема 9. Концепция медиа М. Маклюэна. «Понимание медиа» М. Маклюэна. «Медиа есть сообщение». Социум как система коммуникации. Эксплозия. Имплозия. Горячие и холодные средства коммуникации. Метафора как основание медиа. Отношение медиа и мира. Исторические типы медиа. Мозаичная структура медиасообщения. 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. Практическое занятие: Пресса: «управление посредством утечки информации». Рекламное сообщение как «хорошая новость».		2	2	9	
Тема 10. Модель коммуникации как аутопойетической системы (Н. Луман). Н. Луман «Общество как социальная система». «Система масс-медиа». Самореференция (аутопойезис) системы. Тавтология и парадоккс ситемы коммуникации. Внутреннее и внешнее системы. Система и «окружающий мир». Настоящее и прошлое системы. Различие информация / не информация. Последовательность операций. Рекурсивность системы. Практическое занятие: Элементы и структура. «Центр» системы как сфера неопределенности. «Слепое пятно» как структурирующий принцип системы коммуникации.		2	1	9	
Тема 11. Феноменологические модели коммуникации. Понятие «время» в феноменологических концепциях. Коммуникация как взаимодействие индивидов в повседневности. А. Щюц, П. Бергер, Т. Лукман. Социальное конструирование реальности. Практическое занятие: Коммуникация как взаимодействие индивидов в социальном пространстве (П. Бурдье). Бурдье П. «О телевидении и журналистике».		2	1	6	
Тема 12. 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». Практическое занятие: Социальная система ка симулятивная модель. Нейтрализация субъекта и объекта коммуникации: понятия «масса» и «массовое общество». Проблема смысла социальной коммуникации.		2	2	6	
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	Излагает теоретические концепции медиакоммуникации, Обосновывает необходимость медиаисследований, На основании теоретических моделей интерпретирует тексты медиакоммуникации.
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
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
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.

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. 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.	

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	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 ка 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). Равновероятностный и неравновероятностный 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. Лассуэл). 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».

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

6.3.3 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 структурации (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 анаиза (Д. Матисон).
8. Выполнить анализ новостного сообщения по методу Т. ван Дейка.

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

Устный экзамен.
Время на подготовку – 30-40 мин.

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.	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.	Культура массовых коммуникаций	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/109257.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
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
7.1.2 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
Шаповалова, Н. Г., Старостина, Е. В.	Основы теории коммуникации: начальный курс	Саратов: Вузовское образование	2018	http://www.iprbookshop.ru/74286.html

Кардинская, С. В.	Коммуникационный менеджмент	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2019	http://www.iprbookshop.ru/102916.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

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