

RTU studiju kurss "Komunikācijas dizains un mediji"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	PA0142
Nosaukums	Komunikācijas dizains un mediji
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Rita Greitāne - Doktors, Docents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 4.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kursu īsteno Latvijas Kultūras akadēmija. Studiju kurss piedāvā ievadu komunikācijas dizainā kā radošā, starpdisciplinārā un stratēģiskā jomā. Komunikācijas dizains apzīmē praksi, kurā top vizuāli un interaktīvi vēstījumi, kas informē, pārliecina vai iesaista auditoriju. Tajā aplūkots, kā uz vizualitāti un dizainu balstīta komunikācija veicina nozīmes veidošanu, stāstniecību un auditorijas iesaisti dažādās nozarēs, tostarp žimolvedībā, digitālajos medijos, publiskajā telpā, mārketingā un kultūras iniciatīvās. Studējošie iepazīst, kā komunikācijas dizains tiek lietots žimolvedībā, sabiedriskajās kampaņās, kultūras projektos, digitālajās platformās un ikdienas pieredzē. Tāpat studiju kurss pievēršas mūsdienu mediju videi un žurnālistikas vietai tajā. Žurnālistika tiek aplūkota kā profesija un sabiedrības informēšanas prakse, iepazīstot tās pamatjēdzienus, funkcijas, žanrus, profesionālos principus, kā arī žurnālista tiesības un pienākumus. Studējošie iepazīst ziņu, apraksta un citu žurnālistikas žanru specifiku un žurnālista darba ikdienu. Studiju kursa aplūkotās arī pārmaiņas mediju vidē, auditorijas ziņu patēriņa paradumi, sociālo mediju un algoritmu loma, uzticēšanās medijiem, kā arī mediju ilgtspēja un attiecību veidošana ar auditoriju.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir attīstīt studējošo izpratni par komunikācijas dizainu kā vizuālās stāstniecības, vēstījumu veidošanas un kultūras izpausmes instrumentu radošajās un mediju industrijās, iegūt zināšanas žurnālistikas pamatos un izprast pārmaiņas, kas raksturo mūsdienu mediju vidi. Šā mērķa sasniegšanai studējošie iepazīst komunikācijas dizaina pamatjēdzienus un tā sastāvdaļas, analizē, kā komunikācijas dizains funkcionē reālos kontekstos, piemēram, žimolvedībā, sabiedriskajās kampaņās, medijos un kultūrā, attīsta prasmes vizuālu vēstījumu analizē un veidošanā, kā arī tiek rosināti patstāvīgam radošumam, refleksijai un eksperimentēšanai dizaina domāšanā. Studējošie gūs priekšstatu par žurnālista profesiju, tās nozīmi sabiedrībā un principiem, kas nosaka profesionālu darbu ar informāciju. Žurnālistikas funkcijas un žanri tiek iepazīti līdzās praktiskiem jautājumiem par avotiem, žurnālista tiesībām un pienākumiem, profesionālajiem standartiem un ētiskām izvēlēm. Vienlaikus kurss ļauj izsekot tam, kā auditorijas paradumi, digitālās platformas un mediju ekonomiskie modeļi maina gan žurnālista ikdienu, gan mediju attiecības ar sabiedrību.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studiju kursa komunikācijas dizaina daļā katrai teorētiskajai lekcijai seko praktisks uzdevums, kas jāgatavo nākamajam semināram. Patstāvīgs darbs ir šīs kursa daļas neatņemama sastāvdaļa, studējošajiem katram semināram jāgatavojas individuāli, izpildot radošu uzdevumu, kas atbilst attiecīgajai tēmai. Uzdevumi veidoti tā, lai rosinātu vērošanu, eksperimentēšanu un vizuālo domāšanu, un tie tiek prezentēti semināra laikā īsā, aptuveni piecu minūšu garā formātā. Studējošie tiek aicināti arī kritiski reflektēt par savu ikdienas pieredzi saskarē ar komunikācijas dizainu un iepazīties ar ieteicamo literatūru, lai padziļinātu izpratni par kursa pamatjēdzieniem, lai gan lasīšana nav obligāta. Viss patstāvīgais darbs tiek veikts individuāli; grupu darbs kursa daļas struktūrā nav paredzēts. Studiju kursa mediju daļā patstāvīgais darbs ir cieši saistīts ar lekcijās aplūkotajām tēmām un to analīzi. Pirms atsevišķām nodarbībām studējošie iepazīstas ar norādītajiem video un lasāmajiem materiāliem, kas lekcijā kļūst par pamatu diskusijām un konkrētu žurnālistikas situāciju izvērtēšanai. Piemēram, noskatoties pilnu preses konferenci, studējošie analizē tās rīkotāju vēstījumus un komunikācijas mērķus, žurnālistu uzdotos jautājumus, to formulējumu, uzbūvi un iespējamās kļūdas. Šāda sagatavošanās ļauj lekciju izmantot ne tikai jauna satura apguvei, bet arī kopīgai mediju prakses analīzei. Studiju kursā paredzēts viens individuāls mājasdarbs, kurā studējošais demonstrē praktisku izpratni par mediju darbības principiem Latvijā un spēju patstāvīgi analizēt žurnālistikas procesus. Pārējais patstāvīgais darbs galvenokārt saistīts ar sagatavošanos nodarbībām, lai tajās varētu argumentēti diskutēt, salīdzināt piemērus un sasaistīt kursā apgūtos jēdzienus ar reālām situācijām mediju vidē.

Literatūra	Obligātā/Obligatory: 1. Martins, N., & Raposo, D. (Eds.). (2023). Communication design and branding: A multidisciplinary approach. Springer. 2. The annual "Digital News Report" (DNR) study by the University of Oxford's Reuters Institute, 2026 report 3. The annual Baltic media industry study "Baltic Media Health Check" by the Anne-Marie and Gustaf Ander Centre for Media Studies at the Stockholm School of Economics in Riga, 2024–2025 report. 4. Study on media literacy of Latvian residents by the National Electronic Mass Media Council (NEPLP), 2025 study. 5. Study by the association "Latvian Media Ethics Council" "Digital Content Creators Outside Traditional Media", 2026 study. 6. Linda Bīriņa. "The Concept of a Journalist in the Context of the Right to Protection of Journalists' Sources of Information". Proceedings of the 78th International Scientific Conference of the University of Latvia, 2020. Papildu/Additional: 1. Chapman, J. (2005). Emotionally durable design: Objects, experiences and empathy. Earthscan. 2. Benjamin Toff, Ruth Palmer and Rasmus Kleis Nielsen. "Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism". Columbia University Press, 2023. 3. Caitlin Petre. "All the News That's Fit to Click: How Metrics Are Transforming the Work of Journalists". Princeton University Press, 2021. 4. Jānis Buholcs. "The Age of Social Media". LU Akadēmiskais apgāds, 2026. 5. Series of articles on media challenges in 2026 "Content Is Not Chaff" (2026), Delfi 6. Public Electronic Mass Media Council (SEPLP) analytical report "Comprehensive Public Value Assessment of Latvian Public Service Media for 2023–2025", Riga, 2026 7. Conversation festival LAMPA discussion "Does Women's Self-Censorship Threaten Democracy?", 11 July 2026. Organiser: Nordic Council of Ministers' Office in Latvia, in cooperation with the Baltic Centre for Media Excellence. Video and audio recordings of the discussion are available. 8. Ēriks Hānbergs, Dainis Īvāns and Aleksandrs Mirlins (eds.). Book "At the Posts. Journalists Remember the Barricades". LU Akadēmiskais apgāds, 2026. The publication was prepared at the request of the Saeima of the Republic of Latvia. Citi informācijas avoti/Other sources of information : Design Observer (designobserver.com) - articles on design criticism, culture and ethics. It's Nice That (itsnicethat.com) - current examples of communication and graphic design, interviews with designers. FOLD (fold.lv) - Latvian design platform with current publications and design industry events. International News Media Association (INMA) thematic blogs on the development of the media industry, audiences, media business models, digital platforms and innovation. The Latvian Advertising Association's (LRA) annual overview of the Latvian media advertising market The Nieman Foundation publication "Nieman Reports" on the challenges, trends and development opportunities of contemporary journalism. The Nieman Foundation publication "Nieman Journalism Lab" on the development of digital media, innovation and change in journalism. The Nieman Foundation publication "Nieman Storyboard" on approaches to non-fiction storytelling, journalistic writing practice and professional craft. The annual "World Press Freedom Index" of Reporters Without Borders (RSF), 2026 report The Latvian Journalists' Association's (LŽA) annual professional journalism competition "Excellence Award 2026", 2026 list of nominees and selection of works.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Spēja patstāvīgi lasīt akadēmisko literatūru angļu valodā vismaz B1/B2 līmenī, jo daļa kursa literatūras pieejama tikai angļu valodā.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakst. stundas	Patstāv. darbs	Kontakst. stundas	Patstāv. darbs
Komunikācijas dizaina izpratne. Ievads komunikācijas dizainā, aplūkojot tā mērķi, auditoriju un lomu dažādās disciplīnās, piemēram, zīmolveidībā, medijos un kultūras komunikācijā. Lekcijā tiek skaidrota arī pamatterminoloģija un atšķirība starp dekoratīvu un mērķtiecīgu dizainu.	2	3	0	0
Vizuālie vēstījumi ikdienā. Reāli komunikācijas dizaina piemēri no ikdienas: kāds ir tā mērķis, kas ir paredzētā auditorija, kādi vizuālie elementi tiek izmantoti un vai tas ir efektīvs.	4	2	0	0
Komunikācijas dizaina pamatelementi. Kā šie rīki dažādos kontekstos uzlabo vēstījuma skaidrību, pieejamību un nodošanu auditorijai.	4	2	0	0
Nepilnīga dizaina analīze. Kļūdaini vai mulsinoši komunikācijas dizaina piemēri, analizējot, kāpēc tie nefunkcionē kompozīcijas, hierarhijas, valodas vai vizuālo risinājumu ziņā.	4	5	0	0
Komunikācijas dizaina attīstība laika gaitā. Pārskats par to, kā komunikācijas dizains mainījies laika gaitā, no drukas un plakātiem līdz televīzijai, digitālajām un interaktīvajām platformām. Lekcijā aplūkots, kā dizaina tendences veido tehnoloģiju, kultūras un auditorijas gaidu attīstība.	4	5	0	0
Zīmols citā laikmetā. Radošā uzdevumā studējošie izvēlas mūsdienu zīmolu un analizē, kā laiks un konteksts ietekmē komunikācijas dizainu.	4	5	0	0
Ētika un iekļaujošs dizains. Lekcijā aplūkoti komunikācijas dizaina ētiskie aspekti, tostarp atbildīga vēstījumu veidošana, pieejamības un iekļaujoša dizaina principi dažādām auditorijām, kā arī mākslīgā intelekta rīku izmantošanas robežas un atbildīga pielietojuma jautājumi dizaina praksē.	4	5	0	0
Dizains ar empātiju. Studējošie analizē piemērus kampaņām, vizuāliem vēstījumiem vai pakalpojumu saskarnēm, kas veicina emocionālu vai sociālu saikni, pielietojot empātisku dizaina domāšanu, lai risinātu kādu vajadzību, atbalstītu ideju vai pastāstītu cilvēcisku stāstu. Uzdevums: prezentēt īsu vizuālu koncepciju (skici, maketu vai digitālu melnrakstu) ar īsu tā aprakstu un prezentēt to piecu minūšu garā priekšlasījumā, izceļot, kā dizains veicina saikni, rūpes vai kopienas sajūtu.	2	5	0	0

Komunikācijas dizains kultūras un radošajās industrijās. Lekcijā aplūkots, kā komunikācijas dizains tiek izmantots kultūras un radošajā vidē, no izstādēm un festivāliem līdz sociālajām kampaņām un pieredzes dizainam, pievēršot uzmanību tam, kā vizuālā komunikācija veido apmeklētāju un auditorijas pieredzi.	2	0	0	0
Kultūras kampaņas komunikācijas dizains. Studējošie izvēlas vienu reālu kultūras vai radošās industrijas piemēru, piemēram, izstādes, festivāla vai sociālās kampaņas vizuālo identitāti, un analizē, kā dizaina risinājumi atbalsta iestādes vai kampaņas identitāti un auditorijas iesaisti.	2	5	0	0
Pamati. Žurnālistikas jēdzieni, funkcijas un žanri. Žurnālistikas pamatjēdzieni un žurnālista darba specifika. Žurnālistikas funkcijas un galvenie žanri, tostarp ziņas, apraksts un pētnieciskā žurnālistika, to mērķi, atšķirības un izmantojums. Darbs ar informācijas avotiem, informācijas pārbaude un žurnālista tiesības un pienākumi.	2	5	0	0
Sabiedrība. Žurnālistika un mediju vide. Žurnālistikas nozīme sabiedrības informēšanā un demokrātiskajos procesos. Mediju brīvība un neatkarība, profesionālo mediju vieta publiskajā telpā un žurnālistikas attiecības ar citām sabiedriskās komunikācijas formām.	2	5	0	0
Profesija. Žurnālista darbs mainīgā informatīvajā vidē. Žurnālista profesionālie standarti un robežas situācijās, kurās sastopas redakcionālais saturs, sabiedriskās attiecības, sociālo mediju informācija un jaunās tehnoloģijas. Ētiskās dilemmas un profesionālu lēmumu pieņemšana žurnālista ikdienas darbā.	2	5	0	0
Auditorija. Ziņu patēriņa pārmaiņas. Veidi, kā cilvēki atrod, izvēlas un patērē ziņas, un sociālo tīklu, video platformu un algoritmu ietekme uz šiem paradumiem. Uzticēšanās medijiem, nejauša saskarsšanās ar ziņām, ziņu nogurums un izvairīšanās no ziņām.	2	5	0	0
Ilgspēja. Mediju ekonomika un attiecības ar auditoriju. Mediju darbības ekonomiskie priekšnoteikumi un auditorijas nozīme to ilgspējā. Auditorijas lojalitāte, maksas saturs un abonēšana, mediju ieņēmumu modeļi un tiešu, ilgstošu attiecību veidošana ar mediju lietotājiem.	2	5	0	0
Kopā:	42	62	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot komunikācijas dizaina mērķi un attīstību. Spēj identificēt un interpretēt vizuālo komunikāciju ikdienas kontekstos. Spēj pielietot dizaina elementus, risinot konkrētu komunikācijas uzdevumu. Spēj izstrādāt radošu koncepciju, kas balstīta empātijā un sociālajā apziņā. Spēj iegūtās teorētiskās atziņas un zināšanas pielietot praksē.	Studiju kursa I daļa: Apmeklējums un līdzdalība lekcijās. Gatavība un prasme prezentēt savu viedokli semināros.
Izprot žurnālistikas funkcijas, pamatprincipus un galvenos žanrus. Zina žurnālista tiesības, pienākumus un profesionālos standartus. Prot analizēt žurnālistikas saturu, avotu izvēli un žurnālista darbu. Spēj izvērtēt auditorijas ziņu patēriņu un digitālo platformu ietekmi uz medijiem. Prot analizēt Latvijas mediju darbības principus un to attiecības ar auditoriju.	Studiju kursa II daļa: Noslēguma darbu iespējams kārtot tikai tad, ja sekmīgi iesniegts mājasdarbs un saņemta atzīme vismaz 4.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Studiju kursa pirmā daļa: Obligāts lekciju apmeklējums. Studējošajiem jāapmeklē visas lekciju nodarbības. (40% no kopējā vērtējuma) Sagatavošanās un līdzdalība semināros. Katram studējošajam jāizpilda uzdotie radošie uzdevumi un jāprezentē tie semināru laikā. Kavējuma gadījumā uzdevums jāiesniedz pa e-pastu. (60% no kopējā vērtējuma) Noslēguma eksāmens vai rakstisks pārbaudījums studiju kursa I daļā nav paredzēts. Vērtējums pilnībā balstās uz līdzdalību un iesaistes kvalitāti kursa saturā.	50
Studiju kursa otrā daļa: Gala atzīmes sadalījums: mājasdarbs (30%), eksāmens (70%). Apmeklējums ir obligāts.	50
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	4.0	22.0	20.0	0.0		*	