

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.02.2025 12:47:29
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей
программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	<i>Медиакомпетенции в современном мире</i>
Направление подготовки Направленность (профиль)	<i>42.03.05 Медиакоммуникации Управление медиа и продюсирование</i>
Форма обучения	Очная
Разработчики	Дроздова Анастасия Олеговна, старший преподаватель

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися.
Отсутствуют.

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности / контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.)
1	2	3	4	5	6
1.	Реконструкция аудитории	Подготовка к занятиям	1. Выбор медиапроекта и черновая работа по реконструкции его аудитории	0	9
2.	Ивенты	Выполнение индивидуальных (групповых) заданий	1. Анализ новостной повестки и сообщений в медиаиздании	30	27
3.	Коды визуального	Подготовка к занятиям	1. Чтение и подготовка к обсуждению теоретической работы Дж. Фиске	0	9
4.	Эффекты	Подготовка к контрольным мероприятиям	1. Повторение материала, касающегося эффектов, аудитории, анализа визуальных кодов	0	18
5.	Коммуникативный аудит	Выполнение индивидуальных (групповых) заданий	1. Анализ визуального кода избранного медиапроекта	30	28

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

1. Подготовка к занятиям

Реконструкция аудитории

Студенту необходимо самостоятельно выбрать медиа, аудиторию которого он будет реконструировать. Выбор необходимо сообщить преподавателю как минимум за 1 неделю до учебного занятия. Допустимо выполнять работу в группах.

Необходимо просмотреть контент выбранного медиа, сделать черновой список основных приемов обращения к аудитории (с примерами; выделенными таймингами; скриншотами; текстами). Черновой анализ студент делает в свободной и удобной для него форме.

Коды визуального

Студенту необходимо прочитать работу Дж. Фиске *Television Culture // Literary Theory: An Anthology / ed. by J. Rivkin, M. Ryan. Blackwell, 2004. P. 1274—1284.* URL: https://drive.google.com/file/d/1suOPWa_kxB4tab-yuLUSPND3U3EB9sMD/view?usp=sharing, самостоятельно подготовить устные определения основным трем критериям анализа кодов, предлагаемым Дж. Фиске.

2. Подготовка к контрольным мероприятиям

Студенту необходимо повторить, пользуясь конспектами занятий, основные понятия, теории, классификации, касающиеся: а) медиаэффектов; б) аудитории медиа; в) кодов коммуникации. Студент должен быть готов дать устное определение соответствующих терминов и классификаций.

3. Выполнение индивидуальных (групповых) заданий

Анализ новостной повестки и сообщений в медиаиздании

Для анализа студентам необходимо выбрать один из городских/областных медиа-ресурсов. Выбор согласуется с преподавателем. Анализ выполняется в группах студентов по 2-3 человека. Готовые работы загружаются в lms.

В ходе анализа необходимо подготовить устное выступление, сопровождающиеся слайдами и иллюстративным материалом. Время выступления — 15 минут.

А. Охарактеризовать одну из публикаций, выделив адресанта, адресата, охарактеризовать контекст (по схеме Р. Якобсона).

Анализ должен отвечать на вопросы:

Какая организация является владельцем издания? (Дополнительно можно посмотреть и другие проекты данной организации)

Сделать предположение об аудитории публикации: на какого читателя она рассчитана?

С помощью каких вербальных и невербальных средств в тексте самой публикации и в обрамляющих ее компонентах адресант поддерживает внимание и интерес адресата?

С помощью каких лингвистических элементов передается сообщение? Перечислить как минимум 5 лингвистических особенностей кода.

Б. Количественный и качественный анализ публикаций.

Необходимо заранее выбрать топик, который вы предполагается анализировать. Количество публикаций по одному топикю должно быть не менее 7. (В презентации характеристика этой таблицы должна сопровождаться соответствующими скриншотами и быть читабельной).

А) Сформулировать своими словами топик.

Б) Создать таблицу или график, где будет отражен временной промежуток в появлении публикаций; изменения в сообщении публикаций.

Оценка работы складывается исходя из следующих параметров:

- соблюдение тайминга выступления
- содержательность ответов на вопросы аудитории и преподавателя
- адекватное оформление иллюстративного материала
- комплексная характеристика публикации
- содержательный анализ подборки публикаций

Анализ визуального кода избранного медиапроекта

Задание выполняется индивидуально каждым студентом. Аналитический отчет загружается в lms не позднее даты семинара. На самом семинаре проводится тест медиаэффектов.

Студент самостоятельно выбирает один из аудиовизуальных продуктов: ролик, клип, видеоигру, сцену из шоу, клипа, фильма и т.п.

Необходимо дать краткую информационную справку, которая включает в себя такие пункты как: автор (человек или компания), формат/ жанр, название, год выпуска, дистрибуция, краткое описание сюжета, другие важные для анализа детали.

На семинаре проводится тест медиаэффектов: группа получает карточки аудитории и предполагает (с аргументацией), какой эффект вызовет проект. Студент презентует собственную часть анализа с предполагаемыми медиаэффектами. Оценивает вероятность их возникновения после обсуждения.

В письменной части работы необходимо сделать:

А. Анализ кодов, обратившись к прочитанному на предыдущем семинаре фрагменту из работы Дж. Фиске. Выявить и распределить как минимум 10 элементов по столбцам, сопроводить описанием/скриншотом. Сделать вывод с определением основных закономерностей в реальности/репрезентации/идеологии медиапроекта.

Б. Указать 5 визуальных образов/ цитат/ элементов (с содержательным комментарием и иллюстрацией), на основании которых можно сделать выводы об аудитории. Охарактеризовать аудиторию.

В. На основании п. А и Б предположить, какие медиаэффекты могли быть вызваны проектом. Аргументировать свой ответ.

Оценка работы будет складываться исходя из следующих параметров:

- корректный анализ кода коммуникации
- аргументированная реконструкция аудитории
- обоснованное моделирование медиаэффектов
- грамотное оформление информационной записки
- использование аргументации при тестировании медиаэффектов

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине.

Экзамен проводится в устной форме (коллоквиум) и является инструментом промежуточной аттестации для обучающихся, не набравших 61 балл в течение семестра или не согласных с оценкой, полученной по итогам текущего контроля.

Студенту необходимо ответить на четыре вопроса по содержаниям занятий.

Для этого студенту необходимо знать основные термины, обсуждавшиеся на занятиях, научные подходы и классификации.

Подготовить как минимум один пример/кейс, иллюстрирующий научную проблему/термин.

Студенту необходимо знать область применения данного понятия в медиапрактике.

Возможны дополнительные вопросы преподавателя, касающиеся уточнения ответа студента.

Результаты экзамена определяются после окончания ответа студента.