МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Медиасистема современной России»

для направления подготовки 42.03.02 Журналистика

Методические рекомендации по подготовке доклада (сообщения) на практическом занятии

Доклад, сообщение – это устный текст, представляющий собой публичное развернутое, глубокое изложение определенной темы; продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Обычно в качестве тем для докладов преподавателем предлагается тот материал учебного курса, который не освещается на учебных занятиях, а выносится на самостоятельное изучение учащимися. Поэтому доклады, сделанные на практических занятиях, с одной стороны, позволяют дополнить лекционный материал, а с другой – дают преподавателю возможность оценить умения учащихся самостоятельно работать с учебным и научным материалом.

Подготовка доклада требует от студента большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы.

Первый слайд презентации должен включать название доклада и Ф.И.О. его автора(ов). Последний слайд в обязательном порядке содержит список использованных источников и литературы.

Доклад на **10 минут**.

Материалы для подготовки – el.nsu.ru + найденные вами.

Информацию **по тиражам** берете в изданиях. Если надо, берете в библиотеках номера за разные годы и сопоставляете тиражи,

по аудиториям СМИ – на сайте TNS (Mediascope),

по аудиториям сайтов – там же + https://www.similarweb.com/ + http://www.alexa.com/ + http://www.liveinternet.ru/.

Критерии оценивания: количество текста (ценных сведений), записанного во время вашего доклада в тетради вашими одногруппниками. Обязательна презентация.

Когда вы в докладе представляете **типологический анализ**, вы отвечаете на вопросы:

- Какие существуют ниши / типы / модели (по каким критериям выделяются, какими характеристиками различаются)?
- Кто (учредители, издательские дома, владельцы) – с кем (целевая и реальная аудитория) – о чем (содержательные особенности) – каким образом (какими средствами: организационно-редакционно-презентационные особенности) коммуницирует?
- Какие ниши, как вам кажется, остались незаполненными, какое СМИ вы могли бы предложить для этой ниши?

Практическое занятие 1	
Общественно-политические газеты РФ: массовые. Таблоиды, квалоиды	
Общественно-политические газеты РФ: качественные. Политическая позиция, главные темы, место в публичном пространстве	

Общественно-политические газеты регионов РФ. Аудитории, тематика, учредительный корпус, истории успехов и провалов	
Практическое занятие 2	
Областные «районки» в подсистеме периодики. Новосибирские районки.	
Информационно-аналитические российские журналы: в структуре медиахолдингов, сходства и различия, тематические и аудиторные акценты	
Информационные программы на ТВ. Рейтинги, доли, сходства, различия.	
Информационно-аналитические программы на ТВ. Рейтинги, доли, сходства, различия.	
Практическое занятие 3	
Деловые газеты (включая их интернет-сайты). Становление отрасли, основные акторы, тиражи, аудитории, аудиторный запрос и формулы успеха	
Деловые еженедельники. Издательские дома, основные акторы и их судьба, тиражи, аудитории, тематические модели	
Деловые ежемесячные журналы. Издательские дома, основные акторы, тиражи, аудитории, тематические модели	
Деловые аудиовизуальные СМИ. Становление отрасли, основные акторы и их судьба, рейтинги, доли, содержательные особенности	
Практическое занятие 4	
«Желтая пресса»: понятие, примеры, основные темы, социальные функции. Тиражи, перспективы.	
Телегиды, издания о «звездах». Модели изданий, тиражи, аудитории.	
Отраслевые издания. Явление, примеры, подробный разбор изданий какой-либо отрасли (можно 2 человека).	
Корпоративные СМИ. Явление, типология, разбор систем медиа 1-2 компаний (можно 2 человека)	
Аграрная пресса России. Основные акторы, тиражи, аудитории, содержательные модели	
Практическое занятие 5	
Культурологические и искусствоведческие издания. Типология, примеры, текущее состояние, аудитории.	
Спортивные газеты. Типология, примеры, текущее состояние, аудитории.	
Спортивные журналы. Типология, примеры, текущее состояние, аудитории.	
Спортивные каналы и программы. Организации-трансляторы. Преобразования с начала 2000-х, типология, примеры, текущее состояние, аудитории.	

Практическое занятие 6	
Православные аудиовизуальные СМИ. Типология, текущее состояние, аудитории.	
Православные издания и сайты. История, типология, текущее состояние, аудитории.	
Научно-популярные журналы. История и современное состояние, типология (содержательные и аудиторные особенности), примеры.	
Научно-популярные каналы и программы. Типология, содержательные и аудиторные особенности.	
Научно-популярные интернет-проекты. Типология, содержательные и аудиторные особенности.	
Практическое занятие 7	
Типология женских журналов. Женский глянец (издания стиля жизни /стиля потребления) и «издания для женской аудитории».	
Типология мужских журналов. Мужской глянец (издания стиля жизни /стиля потребления) и «издания для мужской аудитории».	
Периодика для детской аудитории.	
Детские аудиовизуальные СМИ	

Методические рекомендации к самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа студентов призвана закрепить теоретические знания и практические навыки, полученные студентами на лекциях, практических (семинарских) занятиях.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью:

– систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

– углубления и расширения теоретических знаний;

– формирования умений использовать справочную документацию и специальную литературу;

– развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

– формированию самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и само реализации;

– развития исследовательских умений.

Эффективность лекционных, семинарских и практических занятий по дисциплине во многом зависит от качества самостоятельной работы студентов, от их самоподготовки. Часть времени, отведенного на самостоятельную работу должна использоваться на подготовку к аудиторным занятиям, другая часть на выполнение домашней работы, осмысление и оформление результатов практических занятий.

Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:

- повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;

- ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);
- ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе или с электронными материалами, предложенными лектором;
- записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.

***Подготовка к практическим занятиям*:**

- внимательно прочитать материал лекций, относящихся к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины;
- подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные в рабочей программе дисциплины для обсуждения;
- выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме;
- понять, что для вас осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее.

Подготовка к зачету/экзамену

К зачету/экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами занятий;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- вопросами и заданиями к самостоятельной работе студентов;
- перечнем вопросов к зачету.

Методические материалы утверждены на совместном заседании кафедр массовых коммуникаций и теории и истории журналистики (протокол № 6 от 02.09.2020).