**DAUGAVPILS UNIVERSITĀTES**

**STUDIJU KURSA APRAKSTS**

|  |  |
| --- | --- |
| Studiju kursa nosaukums | Informatīvā telpa un ievads mediju kultūrā |
| Studiju kursa kods (DUIS) |  |
| Zinātnes nozare | **Valodniecība** |
| Kursa līmenis | 6 |
| Kredītpunkti | 2 |
| ECTS kredītpunkti | 3 |
| Kopējais kontaktstundu skaits | 32 |
| Lekciju stundu skaits | 2 |
| Semināru stundu skaits | 30 |
| Praktisko darbu stundu skaits |  |
| Laboratorijas darbu stundu skaits |  |
| Studējošā patstāvīgā darba stundu skaits | 48 |
|  | |
| Kursa autors(-i) | |
| Dr.philol., doc. Jeļena Semeņeca, Dr.philol., doc. Ilze Oļehnoviča | |
| Kursa docētājs(-i) | |
| Dr.philol., doc. Jeļena Semeņeca, Dr.philol.,doc. Ilze Oļehnoviča | |
| Priekšzināšanas | |
| Nav nepieciešamas | |
| Studiju kursa anotācija | |
| Studiju kursa mērķis ir sniegt studējošajiem vispārīgas zināšanas par informācijas telpu, medijiem un mediju kultūru.  Studiju kursa uzdevumi ir attīstīt studējošo interesi un izpratni par dažādiem mediju aspektiem, informācijas telpas attīstību, to lomu un funkcijām sabiedrībā, tādējādi veicinot pētniecisko prasmju attīstību mediju analīzes jautājumu izpētē.  Kursa aprakstā piedāvātie obligātie informācijas avoti studiju procesā izmantojami fragmentāri pēc docētāja norādījuma. | |
| Studiju kursa kalendārais plāns | |
| 1. Informācijas telpa: dati, informācija un zināšanas. L2  2. Mediju attīstība un loma sabiedrībā. S2  3. Kritiska pieeja mediju un kultūras interpretācijā. S2  4. Internets, digitālie mediji un mediju konverģence. S2  5. Digitālās spēles un mediju spēļu laukums. S2  6. Populārais radio un apraides pirmsākumi. S2  7. Televīzija - vizuālās kultūras spēks. S2  8. Filmas, tēlu un ideju vizualizācija. S4  9. Laikraksti: modernās žurnālistikas uzplaukums un pagrimums. S2  10. Žurnāli specializācijas laikmetā. S2  11. Grāmatas: grāmatu vēsture un attīstība. S2  12. Reklāma un komerciālā kultūra. S2  13. Sabiedriskās attiecības un vēstījuma strukturēšana. S2  14. Žurnālistikas kultūra: vērtības, ētika. S4  Noslēguma pārbaudījums - eksāmens.  L - lekcija  S - seminārs | |
| Studiju rezultāti | |
| Sekmīga studiju kursa apguves rezultātā studējošie gūs:  ZINĀŠANAS: 1. vispārīgas zināšanas par pamatjēdzieniem, modeļiem un teorijām, kas attiecas uz informācijas telpas un mediju kultūras zinātnisko izpēti; 2. izpratne par komunikācijas un mediju lomu kultūras un sabiedrības veidošanā un attīstībā; 3. pārzināt dažādu masu mediju formu funkcijas un izprast mediju lomu indivīdu dzīvē; PRASMES: 4. kritiski novērtēt un diskutēt par mediju kultūras un sociālo lomu;  5. aplūkot un analizēt mediju sniegumu un saturu no dažādām perspektīvām; KOMPETENCES: 6. vērtējoša attieksme un pieeja - mediju kultūras un morālās atbildības atzīšana. | |
| Studējošo patstāvīgo darbu organizācijas un uzdevumu raksturojums | |
| Studējošo patstāvīgais darbs (48 akad. st.):  1. Studē docētāja piedāvāto teorētisko literatūru un gatavojas semināriem, patstāvīgi atlasot piemērus teorētisko jautājumu ilustrēšanai semināros.  2. Starppārbaudījums: izvēlēties vienu tēmu / jautājumu (tēmu spektrs ir ļoti plašs, piemēram, māksla un kultūra, sports, finanšu jautājumi, likums un kārtība, veselība utt.) un mēneša laikā izsekot tās atspoguļojumam dažādos medijos un sagatavot analīzi par to, kā šis jautājums / tēma ir atspoguļots dažādos plašsaziņas līdzekļos.  3. Katrs veic patstāvīgu pētījumu: sagatavo vienu prezentāciju par vienu no studiju kursā aplūkotajām tēmām (izvēlētā tēma iepriekš ir jāsaskaņo ar docētāju) iezīmējot galvenos pieņēmumus, galvenos kritiskos pieņēmumus un tās pielietojumu reālajā dzīvē. Prezentācija jāveic, izmantojot PPT slaidus, un darbs novērtēšanai jāiesniedz datorrakstā.  4. Izstrādā un uzstājas auditorijas priekšā ar zinātnisku priekšlasījumu, izmantojot modernās tehnoloģijas. | |
| Prasības kredītpunktu iegūšanai | |
| Pozitīvs starppārbaudījuma (ziņu prezentācijas dažādos medijos analīze) vērtējums. Pozitīvs vērtējums semināros. Patstāvīgo darbu (ilustratīvā materiāla apkopošana) un to prezentāciju vērtējums, atbilstoši prasībām. Noslēguma eksāmena vērtējums.  Studiju kursa vidējo svērto atzīmi veido:  - sekmīgi uzrakstīta un laicīgi iesniegta ziņu prezentācijas dažādos medijos analīze (starppārbaudījums);  - regulāri izpildīti patstāvīgā darba uzdevumi (ilustratīvā materiāla atlase un apkopošana);  - patstāvīga pētījuma izstrāde un prezentācija;  - sekmīgi nokārtots gala pārbaudījums.  Nodarbību apmeklējums, ne mazāk kā 80%.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI  Studiju kursa apguve tā noslēgumā tiek vērtēta 10 ballu skalā saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un atbilstoši "Nolikumam par studijām Daugavpils Universitātē" (apstiprināts DU Senāta sēdē 17.12.2018., protokols Nr. 15), vadoties pēc šādiem kritērijiem: iegūto zināšanu apjoms un kvalitāte, iegūtās prasmes un kompetences atbilstoši plānotajiem studiju rezultātiem.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANA   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Pārbaudījumu veidi | Studiju rezultāti | | | | | | |  | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | | 1. Starppārbaudījums | + |  | + | + |  | + | | 2. Patstāvīgais darbs |  | + | + | + | + | + | | 3. Patstāvīgs pētījums | + | + | + | + | + | + | | 4. Noslēguma pārbaudījums - eksāmens |  |  | + |  | + | + | | |
| Kursa saturs | |
| 1. Informācijas telpa: dati, informācija un zināšanas. L2  Kultūra un informācijas telpas evolūcija: informācija, indivīdi un organizācijas.  2. Mediju attīstība un loma sabiedrībā. S2  Mediju evolūcija: no rašanās līdz konverģencei, mediju konverģence, stāsti: mediju pamats, mediju stāstu nozīme ikdienas dzīvē.  Pd3: sagatavoties diskusijai par mediju stāstu nozīmi sabiedrības ikdienas dzīvē.  3. Kritiska pieeja mediju un kultūras interpretācijā. S2  Mediju lietpratība un kritiskais process, kritiskās perspektīvas priekšrocības.  Pd3: Sagatavoties diskusijai: Vai mediji konsturē realitāti? Kā tas notiek? Vai mediji spēj ietekmēt cilvēku izvēli?  4. Internets, digitālie mediji un mediju konverģence. S2  Interneta un globālā tīmekļa attīstība, sociālo mediju veidi, konverģence un mobilie mediji, mērķtiecīgā reklāma un datu ieguve.  Pd3: Sagatavoties diskusijai "Kāda ir jūsu identitāte? Vai digitālais "es" atspoguļo faktisko “es”?"  5. Digitālās spēles un mediju spēļu laukums. S2  Digitālo spēļu attīstība, virtuālās pasaules internetā un sociālā popularitāte, plašsaziņas līdzekļu rotaļlaukums, digitālo spēļu tendences un problēmas.  Pd3: sagatavot informācijas apkopojumu par digitālo spēļu tendencēm (Moodle forums).  6. Populārais radio un apraides pirmsākumi. S2  Agrīnās tehnoloģijas un radio attīstība, radio evolūcija, komerciālais radio – formātu specializācija.  Pd3: apkopot informāciju par radio formātu veidiem (Moodle forum).  7. Televīzija: vizuālās kultūras spēks. S2  Televīzijas izcelsme un attīstība, kabeļtelevīzijas attīstība, mājas video, TV izklaide, valdības noteikumi par tīkla kontroli.  Pd3: Sagatavoties diskusijai "Kāda ar populārās kultūras ietekme uz mūsu ikdienas dzīvi?"  8. Filmas, tēlu un ideju vizualizācija. S 4  Agrīnās tehnoloģijas un filmu evolūcija, Holivudas stāstījums un klusā kino periods, Holivudas produkcijas pielāgošana mājas izklaidei.  Pd3: Sagatavoties diskusijai: Cik liela ietekme uz sabiedrību ir video, televīzijai un filmu medijiem? Cik lielai ietekmei vajadzētu būt? Vai video, televīzija un filmas noveco un zaudē popularitāti?  9. Laikraksti: modernās žurnālistikas uzplaukums un pagrimums. S2  Laikrakstu izaicinājumi mūsdienās: lasītāju skaita samazināšanās, laikraksti kļūst lokāli, emuāri kā laikrakstu autoritātes izaicinājums tiešsaistē.  Pd3: Sagatavoties diskusijai "Emuāri kā laikrakstu autoritātes izaicinājums tiešsaistē".  Pd 9: Izstrādāt un iesniegt ziņu prezentācijas dažādos medijos analīzi.  10. Žurnāli specializācijas laikmetā. S2  Žurnālu vēsture, specializācijas dominēšana.  Pd3: sagatavoties diskusijai par žurnālu nozīmi sabiedrības ikdienas dzīvē.  11. Grāmatas: grāmatu vēsture un attīstība. S2  Grāmatu vēsture, mūsdienu izdevējdarbība un grāmatniecības nozare, tendences un problēmas grāmatniecībā.  Pd3: Sagatavoties diskusijai par tendencēm un problēmās grāmatniecībā.  12. Reklāma un komerciālā kultūra. S2  Pārliecināšanas paņēmieni mūsdienu reklāmā, komerciālā runa un regulējošā reklāma.  Pd3: Vai mediji ietekmē pircēju izvēli? Kā mārketings mūs ietekmē?  13. Sabiedriskās attiecības un vēstījuma strukturēšana. S2  Spriedze starp sabiedriskajām attiecībām un presi.  Pd3: sagatavoties diskusijai par sabiedrības attieksmi pret presi.  14. Žurnālistikas kultūra: vērtības, ētika. S4  Žurnālistika televīzijas un interneta laikmetā. Alternatīvi modeļi: sabiedriskā žurnālistika un “viltus” ziņas.  Pd3: Sagatavoties diskusijai par "viltus" ziņu atpazīšanu. | |
| Obligāti izmantojamie informācijas avoti | |
| Boisot M. H. (2007) MacMillan I. C., Han K. S. Explorations in Information Space. Oxford University Press.  Campbell R., Martin C. R., Fabos B. (2016) Media and Culture: Mass Communication in a Digital Age. Bedford/St. Martin’s.  Paxson, P. (2010) Mass communications and media studies: an introduction. New York/London: The Continuum International Publishing Group Ltd. | |
| Papildus informācijas avoti | |
| Brikše, I. (red.) (2006) Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums. Rīga: Zinātne.  Brikše, I. (red.) (2002) Komunikācija: Kultūra, sabiedrība, mediji.  Colomb R. M. (2002) Information Spaces. The Architecture of Cyberspace. Springer-Verlag London.  Valdivia, A. N. (2003) A Companion to Media Studies. Blackwell Publishing Ltd. | |
| Periodika un citi informācijas avoti | |
| Tiešsaistē pieejamie avoti: Brikše, I. (red.) (2002) Komunikācija: Kultūra, sabiedrība, mediji. <https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/4475>  Brikše, I. (red.) (2002) Komunikācija. Kultūras un vēstures diskurss. <https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/4524>  Zinātniskie raksti no DU abonētajām datu bāzēm: www.cambridge.org; www.sciencedirect.com; www.scopus.com; www.webofknowledge.com | |
| Piezīmes | |
| Studiju kurss tiek docēts un apgūts latviešu vai angļu valodā. | |