**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования   
"Национальный исследовательский университет   
"Высшая школа экономики"**

Факультет медиакоммуникаций

**Программа дисциплины**

«Научно-практический семинар:

Исследование медиа-процессов»

для направления 030600.68 «Журналистика» подготовки бакалавра

Авторы программы:

преподаватель Тимофеева О.А.,

доцент Шестопалова Е.В.

Москва, 2013 г.

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

1. Пояснительная записка

Данная дисциплина предназначена для изучения на 2 курсе бакалавриата факультета медиакоммуникаций.

Научно-практический семинар «Исследование медиа-процессов» дает представление о научных подходах изучения СМИ и знакомит бакалавров с различными методами коммуникационных исследований.

В ходе семинара проводится анализ научных дискуссий, связанных с подходами к изучению медиапроцессов, рассматриваются различные научные методы исследования СМИ, анализируется влияние публикаций на социальную и культурную среду.

*Цели и задачи научно-практического семинара:*

Главная цель данного курса – презентовать будущим исследователям и работниками медиа инструментарий научной и практической деятельности медиаиндустрии.

Кроме того, в задачи научно-практического семинара входит:

* обобщение и закрепление накопленные в предыдущих курсах знания по теории и практике журналистики и дополнение этих знаний обобщениями нового порядка;
* знакомство с современными подходами к исследованию медиапроцессов;
* знакомство с основными научными методами в области изучения медиа и СМК;
* закрепление навыков применения эмпирических методов исследования медиа;
* формирование навыков работы с информацией.

*Формы организации учебного процесса:*

* проведение лекционных занятий;
* проведение практических занятий, в основе которых – обсуждение индивидуальных и групповых проектов студентов и решение кейсов;
* практические задания – проведение индивидуальных и групповых исследований, написание аналитического отчета;
* самостоятельная работа студентов по освоению теоретического материала;
* презентация самостоятельных исследований;
* домашнее задание.

*Для наиболее успешного освоения учебной дисциплины, студенты должны обладать следующими навыками и компетенциями:*

* способностью логически мыслить;
* умением выражать мысли устно и письменно;
* владением приложением MS Power Point или другими ресурсами, предназначенными для создания презентаций;
* базовыми знаниями по истории и теории медиа.

1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате

освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

* знать о современных методах, используемых при анализе процессов массовых коммуникаций;
* знать основные термины и научные понятия, которыми описываются используемые методы;
* знать принципы отбора необходимых для каждого конкретного случая методов;
* освоить методологические элементы начального этапа исследования;
* обладать базовыми навыками анализа, группировки и интерпретации данных;
* обладать базовыми практическими навыками создания научно-исследовательских материалов;
* знать базовые принципы составления аналитических материалов и презентаций научного исследования;
* умение анализировать продукцию СМК и СМИ.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Компетенции | Код по ФГОС/НИУ | Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата) | Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции |
| Общекультурные | ОК 1 | Владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты мыслительной деятельности | Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, решение кейсов, индивидуальная и групповая работа над проектами |
|  | ОК-2 | Способность ясно, логически верно и аргументировано строить письменную и устную речь и использовать ее в профессиональной деятельности; владение навыками публичной и научной речи | Выступления на семинарах, дискуссии |
|  | ОК-7 | Умение использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы | Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, решение кейсов, индивидуальная и групповая работа над проектами |
|  | ОК-9 | Способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны | Лекционные занятия, дискуссии |
|  | ОК-10 | Владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, владением навыками работы с компьютером как средством управления информацией; способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях | Семинарские занятия, подготовка презентации и отчета по итогам групповой работы над проектом |
| Профессиональные | ПК-3 | Ориентация в основных мировых тенденциях развития медиаотрасли, (содержательных и технологических), понимание процессов конвергенции, осведомленность в  области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа, в том числе понимание процессов конвергенции | Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, решение кейсов |
|  | ПК-28 | Осведомленность о наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле- и радиопрограмм, Интернет СМИ и мобильных медиа, ориентация в современной жанровой и стилевой специфике | Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, решение кейсов |

1. Тематический план учебной дисциплины

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование темы | Всего часов | Аудиторные часы | | Самостоятельная работа |
|  |  |  | Лекции | Семинары и практические занятия |  |
| **1.** | Наука как часть культуры. Развитие науки в свете философских идей. Философские основания эпистемологии. Структура научного познания. Научная этика. Диалектика текста. | 3 | 2 |  | 1 |
| **2.** | Развитие исследований медиа-процессов. Подходы к исследованию СМИ. Становление и развитие исследований массовой комму-никации. Основные характеристики исследований медиа. Теоретические и эмпирические исследования. Необихевиоризм. Когнитивизм. Социальный конструкционизм. Построение научной гипотезы. Верификация полученных данных. | 3 | 2 |  | 1 |
| **3.** | Методология и методы. Количественные и качественные методы исследований. Медиаметрия. Контент-анализ. Опрос. Наблюдение. Эксперимент и тест. Метод фокус-групп. Мета-анализ. Дискурс-анализ. Организация исследования. Представление результатов исследования. | 3 | 2 |  | 1 |
| **4.** | Исследования контента массовой коммуникации. Текстовой анализ. Виды текстового анализа: семантико-синтаксический и прагматико-парадигматический. Информативно-целевой анализ больших текстовых массивов. Биографический анализ. Специфика когнитивного подхода в исследовании материалов СМИ. Типы «историй жизни». Событие как ключевое понятие биографического анализа. Источники материала. Метод нарративного интервью. | 3 | 2 |  | 1 |
| **5.** | Методы исследования медиакоммуникационных процессов. Обзор методов. Типология методов научного исследования. Общенаучные, полидисциплинарные, конкретно-научные, теоретические, эмпирические, качественные, количественные методы. | 5 |  | 4 | 1 |
| **6.** | Методологический аппарат научного исследования. Принципы формулирования темы исследования. Необходимость обоснования актуальности темы. Методологические элементы введения и их особенности: объект, предмет, цель, задачи, методы, гипотеза. Типичные ошибки в формулировках и использовании основных методологических элементов. | 3 |  | 2 | 1 |
| **7.** | Основы проведения научного исследований: ключевые этапы и проблемы. Проведение исследования. Группировка, анализ и интерпретация данных. Написание аналитического отчета по результатам проведения исследования. Использование инфографики и других способов визуализация данных. | 8 |  | 6 | 2 |
| **8.** | Подведение итогов научного исследования. Обсуждение результатов верификации гипотез. Обсуждение аналитических отчетов. | 8 |  | 6 | 1 |
|  | **Итого:** | **36** | **8** | **18** | **10** |

1. Базовые учебники
2. Герасимов Б.И. Основы научных исследований. – М.: ФОРУМ, 2011.
3. Кожухар В.М. Основы научных исследований: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Кº», 2012.
4. Леонович О.А. Методы коммуникативных исследований. – М.: Гнозис, 2011.
5. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М.: Омега-Л, 2007.
6. Формы рубежного и итогового контроля

Итоговая оценка проставляется по формуле:

Оитог = Оп\*0,2 + Ос\*0,3 + Од\*0,3 + Оз\*0,2

Где: Оп – посещаемость лекций и семинаров (количество посещенных занятий в процентах)

Ос – работа на семинарах, в том числе и работа по подготовке к ним

Од – домашнее задание (индивидуальная или групповая проектная работа)

Оз – зачет

1. Содержание программы

Тема 1.

Наука как часть культуры. Развитие науки в свете философских идей. Философские основания эпистемологии. Структура научного познания. Научная этика. Диалектика текста.

Тема 2.

Развитие исследований медиа-процессов. Подходы к исследованию СМИ. Становление и развитие исследований массовой комму-никации. Основные характеристики исследований медиа. Теоретические и эмпирические исследования. Необихевиоризм. Когнитивизм. Социальный конструкционизм. Построение научной гипотезы. Верификация полученных данных.

Тема 3.

Методология и методы. Количественные и качественные методы исследований. Медиаметрия. Контент-анализ. Опрос. Наблюдение. Эксперимент и тест. Метод фокус-групп. Мета-анализ. Дискурс-анализ. Организация исследования. Представление результатов исследования.

Тема 4.

Исследования контента массовой коммуникации. Текстовой анализ. Виды текстового анализа: семантико-синтаксический и прагматико-парадигматический. Информативно-целевой анализ больших текстовых массивов. Биографический анализ. Специфика когнитивного подхода в исследовании материалов СМИ. Типы «историй жизни». Событие как ключевое понятие биографического анализа. Источники материала. Метод нарративного интервью.

Тема 5.

Методы исследования медиакоммуникационных процессов. Обзор методов. Типология методов научного исследования. Общенаучные, полидисциплинарные, конкретно-научные, теоретические, эмпирические, качественные, количественные методы.

Тема 6.

Методологический аппарат научного исследования. Принципы формулирования темы исследования. Необходимость обоснования актуальности темы. Методологические элементы введения и их особенности: объект, предмет, цель, задачи, методы, гипотеза. Типичные ошибки в формулировках и использовании основных методологических элементов.

Тема 7.

Основы проведения научного исследований: ключевые этапы и проблемы. Проведение исследования. Группировка, анализ и интерпретация данных. Написание аналитического отчета по результатам проведения исследования. Использование инфографики и других способов визуализация данных.

Тема 8.

Подведение итогов научного исследования. Обсуждение результатов верификации гипотез. Обсуждение аналитических отчетов.

1. Вопросы для самопроверки

1. Построение научной гипотезы.

2. Верификация полученных данных.

3. Количественные и качественные методы исследований.

4. Медиаметрия.

5. Контент-анализ.

6. Опрос.

7. Наблюдение.

8. Эксперимент и тест.

9. Метод фокус-групп.

10. Мета-анализ.

11. Дискурс-анализ.

12. Организация исследования.

13. Представление результатов исследования.

14. Индивидуальная и научная картины мира.

15. Научная этика.

16. Текстовой анализ.

17. Информативно-целевой подход к анализу текста: общая характеристика.

18. Информативно-целевой анализ больших текстовых массивов.

19. «Эффект смысловых ножниц» в речевом общении: понятие и виды.

20. Анализ результатов фокус-групп: специфика и подходы.

21. Интерпретатор смысловой информации как активный субъект общения.

22. Основные этапы контент-анализа и методика проведения.

23. Общая характеристика и особенности биографических методов.

24. Нарративное интервью в биографических исследованиях: теоретические предпосылки, принципы и стратегия проведения.

1. Список литературы

*Основная литература*

1. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. Серия: Прак-тическая журналистика. – М.: РИП-холдинг, 2003.
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М.: МГУ, 1991.
3. Валгина Н. С. Теория текста. – М.: Логос, 2003.
4. Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ. – М.: Издательство: КРСУ, 2002.
5. медиаграмотности, медиакомпетентности. – Таганрог: Изд-во Таганрог. Гос. пед. ин-та, 2010.
6. Микешина Л. А. Философия науки. – Москва: изд-во «Прогресс-Традиция», Мос-ковский психолого-социальный институт, изд-во «Флинта», 2005.
7. Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. Мн., 2003.
8. Общая психология. Словарь // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л. А. Карпенко. Под общ. ред. А. В. Петровско-го. – М., 2005.
9. Современная пресса: теория и опыт исследования / Отв. редакторы: Л. Л. Реснян-ская, Т. И. Фролова. – М.: Издательство «ВК», 2007.
10. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике,
11. Фомичева И. Д. Методы изучения СМИ. Учебно-методическое пособие. Курс лек-ций для аспирантов факультета журналистики МГУ. (Вводный раздел). – М.: Фа-культет журналистики МГУ, 2009.
12. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / Ответственный редак-тор: д.ф.н. проф. Володина М.Н. М.: Изд-во МГУ, 2003.

*Дополнительная литература*

1. Белановский С. А. Глубокое интервью. – М.: Пиколо-Медиа, 2001.
2. Белановский С. А. Метод фокус-групп. – М., 2001.
3. Белл Р. Социолингвистика: цели, методы и проблемы. – М., 1980Альмодавар Ж.-П. Рассказ о жизни и индивидуальная траектория: сопоставление масштабов анализа // Вопросы социологии. – 1992. – Том 1. – № 2. – С. 98-104.
4. Вардомацкийй А. П. Аксио-биографичсекая методика // Социологические ис-следования. – 1997. – № 7. – С. 80-84.
5. Вартанова Е. Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. – М.: МедиаМир, 2009.
6. Голофаст В. Б. Многообразие биографических повествований // Социологический журнал. – 1995. – № 1.
7. Доблаев Л. П. Логико-психологический анализ текста. – Саратов, 1971.
8. Ермаков Ю. А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. – Ека-теринбург,1995.
9. Информация, дипломатия, психология / Ответственный редактор и составитель доктор исторических наук, профессор Кашлев Ю. Б. – М.: Известия, 2002.
10. К мобильному обществу: утопии и реальность / Под. ред. Я. Н. Засурского. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009.
11. Масс-медиа глазами газет: Практические рекомендации в помощь начинающе-мумедийному критику: Учебно-методическое пособие / Р. П. Баканов. – Казань: Издательство Казанского государственного университета, 2008.
12. Мисожников Б. Я. Функция знака в массовом коммуникативном процессе // Основы информационной культуры: Учеб. Пособие. Отв. ред. С. В. Смирнов. – СПб.,1998.
13. Пресса в обществе (1959-2000). Оценки журналистов и социологов. Документы. – М.: Изд-во Московской школы политических исследований, 2000.
14. Проблематика СМИ. Информационная повестка дня /Под ред. М.В. Шкондина, Г. С. Вычуба, Т. И. Фроловой. – М.: Аспект Пресс, 2008.
15. Сосновская А. М. Журналист: личность и профессионал (психология идентич-ности). – СПб.: Роза мира, 2005.
16. Тернер Р. Сравнительный контент-анализ биографий // Вопросы социологии. –1992. – Том 1. – № 1. – С. 121-133.
17. Федотова Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой информации. – М.: Институт социологии РАН, 2001.
18. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. – М., 2000.

*Интернет-ресурсы*

1. www.mediascope.ru – «Медиаскоп» – электронный журнал факультета журналистики МГУ.
2. evartist.narod.ru/journ.htm#N7 – электронная библиотека книг по теории и практике журналистики.
3. www.library.cjes.ru/online/?a=con&b\_id=480&c\_id=5275 – электронная библиотека Центра экстремальной журналистики.
4. www.filosof.historic.ru – Цифровая библиотека по философии.