**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 3 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.** | Развитие исследований эффективности СМИ.Основные этапы исследования эффективности медиа. Типы и показатели эффективности. Ресурсы медийного поля. Капитал известности в медиа. Коммуникационный кризис. Факторы эмоционального влияния. Анализ слухов. Коммуникативная компетентность. | 6 | 2 |  | 4 |
| **2.** | Закономерности развития каналов СМИ.Возникновение и развитие СМИ. Потребление и предпочтения каналов массовой коммуникации. Условия и факторы развития печати, радио, телевидения, мультимедийных СМИ. Основные показатели отношения аудитории к медиа. Эффект и эффективность СМИ. | 6 | 2 |  | 4 |
| **3.** | Исследования коммуникатора.Социально-психологические модели коммуникатора. Восприятие коммуникатора аудиторией. Индивидуальное и институциональное в коммуникаторе. Соотношение игровой и коммуникационной деятельности. Непрофессиональные коммуникаторы. Методы исследования коммуникаторов. | 6 | 2 |  | 4 |
| **4.** | Методы исследования медиакоммуникационных процессов. Обзор методов. Типология методов научного исследования. Общенаучные, полидисциплинарные, конкретно-научные, теоретические, эмпирические, качественные, количественные методы. | 16 |  | 4 | 12 |
| **5.** | 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. | 22 |  | 8 | 14 |
| **6.** | 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. | 20 |  | 6 | 14 |
| **7.** | Подведение итогов научного исследования. Обсуждение результатов верификации гипотез. Обсуждение аналитических отчетов. | 14 |  | 4 | 10 |
|  | **Итого:** | **90** | **6** | **22** | **62** |

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.

Развитие исследований эффективности СМИ. Основные этапы исследования эффективности медиа. Типы и показатели эффективности. Ресурсы медийного поля. Капитал известности в медиа. Коммуникационный кризис. Факторы эмоционального влияния. Анализ слухов. Коммуникативная компетентность.

Тема 2.

Закономерности развития каналов СМИ. Возникновение и развитие СМИ. Потребление и предпочтения каналов массовой коммуникации. Условия и факторы развития печати, радио, телевидения, мультимедийных СМИ. Основные показатели отношения аудитории к медиа. Эффект и эффективность СМИ.

Тема 3.

Исследования коммуникатора. Социально-психологические модели коммуникатора. Восприятие коммуникатора аудиторией. Индивидуальное и институциональное в коммуникаторе. Соотношение игровой и коммуникационной деятельности. Непрофессиональные коммуникаторы. Методы исследования коммуникаторов.

Тема 4.

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

Тема 5.

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 6.

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 7.

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

1. Вопросы для самопроверки
2. Основные этапы исследования эффективности медиа.
3. Типы и показатели эффективности.
4. Ресурсы медийного поля.
5. Коммуникационный кризис.
6. Факторы эмоционального влияния.
7. Потребление и предпочтения каналов массовой коммуникации.
8. Условия и факторы развития печати, радио, телевидения, мультимедийных СМИ.
9. Социально-психологические модели коммуникатора.
10. Восприятие коммуникатора аудиторией.
11. Индивидуальное и институциональное в коммуникаторе.
12. Соотношение игровой и коммуникационной деятельности.
13. Непрофессиональные коммуникаторы.
14. Методы исследования коммуникаторов.
15. 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.