

**Правительство Российской Федерации**

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

Факультет медиакоммуникаций

**Программа дисциплины  
«Научно-исследовательский семинар:  
“Анализ процессов массовых коммуникаций”»**

Для магистерской программы «Мультимедийная журналистика»

Направление подготовки: 42.04.02. Журналистика

**Авторы программы:**

**Шомова С.А.**, доктор политических наук,  
профессор факультета медиакоммуникаций;  
**Шариков А.В.**, кандидат педагогических наук,  
профессор факультета медиакоммуникаций

Одобрена на заседании Департамента медиа  
факультета коммуникаций, медиа и дизайна  
«\_\_»\_\_\_\_\_ 2014 г.  
Руководитель департамента: Тихомирова Т.Б.

Утверждена УС  
факультета коммуникаций, медиа и дизайна  
«\_\_»\_\_\_\_\_ 2014 г.  
Ученый секретарь \_\_\_\_\_

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

Москва, 2014

## 1. Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов, а также студентов направления подготовки «Журналистика», обучающихся по магистерской программе «Мультимедийная журналистика» и изучающих дисциплину «Научно-исследовательский семинар: “Анализ процессов массовых коммуникаций”».

Программа разработана в соответствии с образовательным стандартом НИУ ВШЭ и учебным планом подготовки магистров по программе «Мультимедийная журналистика». Она охватывает первые четыре модуля (первый курс) обучения магистров и представляет собой необходимый и самостоятельный блок в структуре двухгодичного научно-исследовательского семинара.

## 2. Цели и задачи освоения дисциплины

НИС (научно-исследовательский семинар) как тип современного академического занятия ставит перед собой *две основные цели*: содержательно-смысловую и методическую. Первая цель семинара по данной тематике состоит в том, чтобы наметить перед студентами ведущие траектории развития современных массовых коммуникаций, обозначить типологические подходы к ним и показать их специфику как предмета научного осмысления. Вторая цель состоит в том, чтобы закрепить и развить существующие у студентов навыки аналитической работы, привить им вкус к самостоятельному исследовательскому творчеству, обучить методологическим основам научного исследования и обеспечить интеллектуальную поддержку при создании курсовых работ и магистерских диссертаций. НИС призван дополнить традиционные дисциплины и предоставить студентам возможности гибкого и постоянного взаимодействия с преподавателем, обеспечить возможность самостоятельного выбора тем, проблем и предметов исследования, с целью выстраивания индивидуальной образовательной траектории и прохождения этапов собственного научного поиска.

*Задачами* НИСа являются:

- включение магистрантов в научно-исследовательскую и проектную деятельность;
- формирование у них углубленных навыков академической работы, начиная с этапа выдвижения и формулирования рабочей гипотезы, выработки методологических и методических оснований исследования и заканчивая представлением написанных магистерских диссертаций;

- стимуляция к применению на практике знаний, полученных в рамках изучения теоретических дисциплин магистерской программы;
- обучение методикам комплексного анализа проблем и основным методам научного исследования;
- развитие навыков подготовки научных статей и докладов, знакомство с правилами создания и оформления, а также особенностями языка и стиля текстов научной прозы;
- обучение студентов методам подбора научных источников по выбранной тематике, составления комплексной библиографии исследования;
- обучение основным приемам и навыкам сбора эмпирического материала, необходимого для исследовательской работы, и навыкам его научного анализа.
- совершенствование навыков ведения научной дискуссии, экспертного обсуждения и презентации полученных результатов.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- основные научные понятия и категории, используемые при анализе процессов массовых коммуникаций;
- ведущие теоретические подходы и методы, используемые при исследовании процессов массовых коммуникаций;
- правила выбора, использования и цитирования библиографических источников при подготовке научной работы;
- принципы отбора необходимого для исследования количества эмпирического материала, а также адекватной оценки и анализа его качества;
- требования, предъявляемые к содержанию и оформлению академического исследования (реферата, курсовой работы, магистерской диссертации);
- требования, предъявляемые к презентации результатов научного исследования.

#### ***Уметь:***

- обобщать, сопоставлять, интерпретировать данные, полученные в ходе анализа процессов массовых коммуникаций;
- составлять план проведения научной работы, осуществлять все его необходимые этапы: от постановки цели и задач, выбора объекта и

предмета исследования, выдвижения рабочей гипотезы – до получения необходимых результатов;

- полноценно и корректно использовать научную литературу, данные предыдущих исследований, тексты СМИ, социологические данные и иные источники и материалы в разработке собственного исследования;
- делать оправданные выводы и предлагать необходимые рекомендации по результатам исследования.

***Иметь навыки (приобрести опыт):***

- диагностирования проблем, анализа состояния и тенденций развития современных массовых коммуникаций;
- самостоятельной разработки программы исследования в области современных массовых коммуникаций;
- проведения основных этапов исследовательского поиска в выбранной сфере, применения ведущих научных методов исследования массовых коммуникаций;
- ведения эффективной и этичной научной полемики;
- грамотного оформления и публичной презентации результатов собственных научных исследований.

В результате освоения дисциплины студент приобретает следующие (как системные, так и профессиональные) компетенции, соответствующие Единому классификатору компетенций НИУ ВШЭ и программе подготовки магистров по направлению «Мультимедийная журналистика»:

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения способствующие формированию и развитию компетенции
Способность совершенствоваться и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры	СК-М4	Умеет находить, обобщать, сопоставлять, интерпретировать данные, полученные в ходе анализа процессов массовых коммуникаций, выбирать предмет и тему самостоятельного научного исследования	Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, тренинги
Способность предлагать концепции, модели, изобретать и апробировать способы и инструменты профессиональной деятельности ( <i>формируется частично</i> )	СК-М2	Умеет диагностировать проблемы состояния и развития современных массовых коммуникаций, самостоятельно разработать программу исследования в данной области, грамотно обосновывает выбор теоретического и эмпирического материала и методики работы с ним	Семинарские и практические занятия, мозговые штурмы, деловые игры, разбор кейсов
Умение анализировать,	СК-М6	Владеет необходимыми	Лекционные и

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения способствующие формированию и развитию компетенции
верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности		методами научного анализа собранных данных, умеет работать с различными источниками информации и базами данных, объективно оценивать их полноту и достоверность	семинарские занятия, самостоятельная работа с базами данных, тренинги
Способность к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности; способность рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и способы деятельности <i>(формируется частично)</i>	СК-М3 СК-М1	Понимает последовательность этапов научного исследования, владеет основами методологии научного поиска	Лекционные и семинарские занятия, деловые игры, разбор кейсов
Способность организовать многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управлять ею	СК-М7	Владеет навыками ведения и модерации эффективной и этичной научной дискуссии, способен как отстаивать свою точку зрения, так и воспринимать конструктивную критику	Практические занятия, дискуссии, мини-конференции, презентации
Способность порождать принципиально новые идеи и продукты, умение проявить креативность, инициативность <i>(формируется частично)</i>	СЛК – М8	Имеет опыт создания различных текстов (от журналистских до академических), способен выдвигать и доказывать гипотезы, делать оправданные выводы и предлагать необходимые рекомендации по результатам исследования	Семинарские и практические занятия, тренинги по написанию текстов разных жанров и форм, мозговые штурмы, деловые игры
Способность	ИК-М1	Умеет диагностировать	Семинарские и

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения способствующие формированию и развитию компетенции
участвовать в проектной, научно-исследовательской и аналитической деятельности		проблемы состояния и развития современных массовых коммуникаций, самостоятельно разработать программу исследования в данной области, делать оправданные выводы и предлагать необходимые рекомендации по результатам исследования	практические занятия, мини-конференции, мозговые штурмы, дискуссии
Умение создавать тексты научных академических жанров	ИК-М2	Знает принципы отбора необходимого для исследования количества теоретического и эмпирического материала, а также адекватной оценки и анализа его качества; знает требования, предъявляемые к содержанию и оформлению академического исследования	Лекционные и семинарские занятия, тренинги по написанию текстов разных жанров и форм, самостоятельная аналитическая работа с текстами массовых коммуникаций
Умение правильно оформлять и представлять результаты исследования с использованием различных приемов и методов академической презентации	ИК-М3	Имеет опыт грамотного оформления и публичной презентации результатов собственных научных исследований	Мини-конференции, презентации
Способность описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя понятийный аппарат различных гуманитарных наук, в смежных профессиональных областях	ИК-М5	Знает основные научные понятия и категории, ведущие теоретические подходы и методы, используемые при анализе процессов массовых коммуникаций; владеет категориальным аппаратом различных гуманитарных наук	Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, тренинги

#### 4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Научно-исследовательский семинар «Анализ процессов массовых коммуникаций» относится к циклу «Практики и научно-исследовательская работа», к блоку обязательных дисциплин программы подготовки магистров «Мультимедийная журналистика».

Занятия в научно-исследовательском семинаре происходят параллельно с прохождением теоретического курса и базируются на изучении следующих дисциплин учебного плана:

- «История и теория медиа»;
- «Комплексный анализ информации»;
- «Коммуникативное воздействие и технология аргументации»;
- «Универсальная журналистика».

## 5. Тематический план учебной дисциплины

	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции и	Семинары	Практические занятия	
1	Изучение коммуникационных процессов как одно из направлений современной гуманитарной науки. Понятие коммуникации. Основные модели коммуникации. Теоретические подходы к изучению коммуникаций	20	6	4		10
2	Массовая коммуникация: теории и концепции. Основные теории медиа	16	4	4		8
3	Современные методы коммуникативных исследований	16	6	4		6
4	Понятие коммуникативного пространства. Виды коммуникации и возможности их изучения	8	2	2		4
5	Визуальная массовая коммуникация	14	2	6		6
6	Вербальная массовая коммуникация	12	2	4		6
7	Мифологические и перформансные элементы в структуре массовых коммуникаций	24	6	6		12
8	«Болевые точки» процессов массовой коммуникации. Проблема эффективности в массовых коммуникациях	14		6		8
9	Элементы философии науки	34	4	10		20
10	Основные категориальные элементы методологии научного исследования	46	6	20		20
11	Ключевые теоретические методы исследования в социогуманитарной сфере	84	10	30		44
	<b>Итого</b>	<b>288</b>	<b>48</b>	<b>96</b>		<b>144</b>

## 6. Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	Модуль	Департамент	Параметры
Промежуточный	Эссе	1	Медиа	Исследовательская работа, 3-4

				тысячи слов
Промежуточный	Контрольная работа	1	Медиа	Письменная работа, 120 минут
Промежуточный	Домашнее задание (доклад с презентацией)	2	Медиа	Самостоятельное научное исследование, выполненное по тематике научно-исследовательского семинара на основе анализа теоретических источников и эмпирического материала, с обязательной презентацией
Итоговый	Зачет	2	Медиа	Устное испытание, на котором студент должен продемонстрировать понимание ведущей траектории собственного научного поиска, осмысление темы и предмета исследовательской работы, умение работать с базовой теоретической литературой и эмпирическим материалом, знакомство с основными методами коммуникативных исследований
Промежуточный	Домашнее задание (эссе или подготовка доклада с презентацией)	3	Медиа	Исследовательская работа, 3-4 тысячи слов Либо Самостоятельное научное



				исследование, выполненное по тематике курсовой работы
Итоговый	Зачет презентация выполненного курсового исследования	–	4	Медиа Доклад итогов курсового исследования

## 7. Содержание дисциплины

### Раздел 1. Изучение коммуникационных процессов как одно из направлений современной гуманитарной науки

*Тема 1. Понятие коммуникации. Основные типы коммуникации (вводное занятие)*

Коммуникация как теоретический и исторический феномен. Понимание коммуникации в различных парадигмах. История развития коммуникативных систем: факторы и закономерности. Типы, формы и уровни коммуникации. Барьеры коммуникации.

*Тема 2. Теоретические подходы к изучению коммуникаций. Ведущие модели коммуникации*

Этапы развития теории коммуникации. Основные парадигмы изучения коммуникационных процессов (информационная парадигма, семиотическая парадигма и другие). Наиболее известные модели коммуникации: модели Г. Ласуэлла, Е. Шеннона-У. Уивера, Д. Гербнера, Т. Ньюкомба, Ф. де Соссюра, Р. Барта, Ю. Лотмана, Ю. Хабермаса и др.)

#### **Литература к разделу 1:**

*Издания после 2009 года:*

1. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. М.: Кнорус, 2010.

*Издания до 2009 года:*

1. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис, 1992.
2. Основы теории коммуникации. М.: Гардарики, 2007.
3. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
4. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М.: Издательский дом «Социальные отношения», 2002.

### Раздел 2. Массовая коммуникация: теории и концепции

*Тема 3. Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций: история и современность*

Понятие массовой коммуникации. Субъекты массовой коммуникации и каналы воздействия. Основные тексты массовой коммуникации; понятие медиатекста. Проблема воздействия массовой коммуникации на аудиторию.

Ведущие концепции массовой коммуникации западных и отечественных ученых. Основные теории медиа (теория «магической пули», теория «потребления и удовлетворения», «культуривационная теория», медиа как повестка дня, семиотическая теория и др.). «Старые» и «новые» медиа.

### ***Литература к разделу 2***

*Издания после 2009 года:*

1. Бакулев Г.П. *Массовая коммуникация: западные теории и концепции.* М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Богомолова Н.Н. *Социальная психология массовой коммуникации.* М.: Аспект Пресс, 2010.

*Издания до 2009 года:*

1. Березин В.М. *Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия.* М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003.
2. Брайант Дж., Томпсон С. *Основы воздействия СМИ.* М.: Издательский дом "Вильямс", 2004.
3. Маклюэн Г.М. *Понимание медиа. Внешние расширения человека.* М.: Жуковский: «Канон-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.
4. Мельник Г.С. *Mass Media: психологические процессы и эффекты.* СПб, 1996.
5. Назаров М.М. *Массовая коммуникация и общество.* М.: УРСС, 2010.
6. Ученова В.В., Шомова С.А. *Полифония текстов в культуре.* М.: Омега-Л, 2003.
7. Черных А.И. *Мир современных медиа.* М.: Территория будущего, 2007.

## **Раздел 3. Современные методы коммуникативных исследований**

### *Тема 4. Методология исследования процессов массовых коммуникаций*

Общее представление о методологии научного поиска в сфере массовых коммуникаций. Место исследователя в научном мире. Типы исследовательских подходов к изучению массовой коммуникации.

Проблема выбора темы, формулировки объекта и предмета исследования. Этапы научного исследования. Библиографический поиск и поиск в Интернете. Проблемы оформления аппарата научного исследования.

Общее понятие метода в научном исследовании. Типология методов. Общелогические методы и приемы научного поиска. Методы теоретического познания. Методы эмпирического исследования.

Методика анализа процессов массовых коммуникаций. Специфика современных коммуникативных исследований. Количественные методы. Качественные методы. Смешанные методы. Описание и способы применения ведущих методов: наблюдение, эксперимент, кейс-метод, контент-анализ, риторический анализ, семиотический анализ, нарративный анализ и другие.

### ***Литература к разделу 3.***

*Издания после 2009 года:*

1. *Леонович О.А. Методы коммуникативных исследований. М.: Гнозис, 2011.*
2. *Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс. М.: Флинта; Наука, 2009.*

*Издания до 2009 года:*

1. *Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методика анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002.*
2. *Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998.*
3. *Филипс Л., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод. М.: Гуманитарный центр, 2004.*
4. *Content analysis / Ed. by R. Franzosi. L.; Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2008.*

#### **Раздел 4. Современное пространство массовой коммуникации**

##### *Тема 5. Основные виды коммуникации*

Понятие коммуникативного пространства. Первичные и вторичные коммуникативные процессы. Основные элементы современного пространства массовой коммуникации. Визуальная коммуникация. Вербальная коммуникация. Мифологическая коммуникация. Перформансная коммуникация. Элементы художественной коммуникации. Время и пространство в массовой коммуникации. Взаимодействие различных типов сообщений в структуре современного пространства массовой коммуникации.

##### **Литература к разделу 5**

*Издания после 2009 года:*

1. *Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. М.: Кнорус, 2010.*
2. *Леонович О.А. Методы коммуникативных исследований. М.: Гнозис, 2011.*

*Издания до 2009 года:*

3. *Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003.*
4. *Кириллова Н.Б. Медиакультура. Теория, история, практика. М.: Академический проект, 2008.*
5. *Маклюэн Г.М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. М.; Жуковский: «Канон-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.*
6. *Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998.*
7. *Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. М.: Аспект Пресс, 2006.*
8. *Шомова С.А. Политические шахматы. Паблик Рилейшнз как интеллектуальная игра. М.: Рип-Холдинг, 2003.*

#### **Раздел 5. Визуальная массовая коммуникация**

*Тема 6. Проблемы визуального воздействия в современной массовой коммуникации*

Понятие невербальной коммуникации и ее разновидности. Визуальный сегмент невербальной коммуникации. Способы организации визуального пространства. Формы и жанры визуальной коммуникации в традиционной и

мультимедийной журналистике. Ведущие приемы воздействия на аудиторию в визуальной коммуникации. Учет психологических особенностей восприятия аудитории в визуальной массовой коммуникации.

Визуальная коммуникация в СМИ, пропаганде, рекламе, Паблик Рилейшнз. Специфика визуального воздействия в политической коммуникации: проблемы и жанры. Способы визуального воздействия и манипуляции в предвыборных технологиях. Методы анализа визуальной массовой коммуникации.

### ***Литература к разделу 5***

*Издания после 2009 года:*

1. Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2010.
2. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. М.: Кнорус, 2010.

*Издания до 2009 года:*

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Архитектура-С, 2007.
2. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003.
3. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. М.: УРСС, 2007.
4. Егорова-Гантман Е., Плешаков К. Политическая реклама. М.: Никколо М, 1999.
5. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, 1996.
6. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998.
7. Соколов А.В. Метатеория социальной коммуникации. СПб.: Изд-во РНБ, 2001.

## **Раздел 6. Вербальная массовая коммуникация**

*Тема 7. Вербальные коммуникативные технологии воздействия на аудиторию*

Понятие вербальной коммуникации. Формы и виды вербальной массовой коммуникации. Технологии воздействия на аудиторию и риторические приемы в массовой вербальной коммуникации.

Политическая риторика. Модели речевого поведения политического лидера в массовой коммуникации. Методы анализа процессов массовой вербальной коммуникации.

### ***Литература к разделу 6***

*Издания после 2009 года:*

1. Аристотель. Поэтика. Риторика. М., 2011.
2. Ефремов Е. и др. Риторика. М.: Юрайт, 2013.

*Издания до 2009 года:*

1. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. М.: Инфра-М, 2007.
2. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: БГК им. Бодуэна де Куртенэ, 2000.
3. Михальская А. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике. М.: Издательский центр «Academia», 1996.

4. Почепцов Г.Г. *Коммуникативные технологии XX века*. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000.
5. Почепцов Г.Г. *Теория и практика коммуникации*. М.: Центр, 1998.
6. Ушакова Т.Н. *Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений*. М., 1995.
7. Хазагеров Г.Г. *Политическая риторика*. М.: Никколо-Медиа, 2002.

## **Раздел 7. Мифологические и перформансные элементы в структуре массовых коммуникаций**

### *Тема 8. Миф и методы работы с ним в массовых коммуникациях*

Понятие мифа. Разновидности мифа. Характеристики мифа. Функции мифа.

Миф в культуре и социальных системах. Миф в политике. Миф в массовых коммуникациях (СМИ, реклама, Паблик Рилейшнз). Миф как технология коммуникативного воздействия на массовую аудиторию. Методы работы с мифом в массовых коммуникациях.

### *Тема 9. Ритуал и перформанс в массовых коммуникациях*

Понятие ритуала как исторического, социокультурного и коммуникативного феномена. Виды ритуалов. Функции ритуала. Использование элементов ритуала в массовой коммуникации.

Перформанс в массово-коммуникативных процессах. Роль перформанса в современных коммуникативных системах (политической коммуникации, рекламе, PR-технологиях).

### **Литература к разделу 7**

*Издания после 2009 года:*

1. Канетти А. *Масса и власть*. М.: Астрель, 2013.
2. Черных А. *Медиа и ритуалы*. М.: Университетская книга, 2013.

*Издания до 2009 года:*

1. Васич В.Н., Шириняц А.А. *Политика. Культура. Время. Мифы*. М.: Диалог-МГУ, 1999.
2. Кассирер Э. *Техника современных политических мифов* // Вестник Московского университета. Серия 7. М., 1990. № 2.
3. Лосев А. *Диалектика мифа* // Философия. Мифология. Культура. М.: Политиздат, 1991.
4. Полосин В.С. *Миф. Религия. Государство*. М.: Ладомир, 1999.
5. Почепцов Г.Г. *Теория и практика коммуникации*. М.: Центр, 1998.
6. Хюбнер К. *Истина мифа*. М: Республика., 1996.
7. Шомова С.А. *Политические шахматы. Паблик рилейшнз как интеллектуальная игра*. М: Рип-Холдинг., 2003.
8. Элиаде М. *Мифы, сновидения, мистерии*. М., К.: Рефл-бук, 1996.

## **Раздел 8. Проблемы исследования процессов массовых коммуникаций**

*Тема 10. «Болевые точки» современных массовых коммуникаций (презентация собственного исследования)*

Диагностика проблем, современного состояния и тенденций развития современных массовых коммуникаций. Разработка программы исследований в этой области и ее презентация. Выработка научной гипотезы. Подбор и возможности применения адекватных методов исследования.

### ***Литература к разделу 8***

*Издания после 2009 года:*

1. *Леонович О.А. Методы коммуникативных исследований. М.: Гнозис, 2011.*

*Издания после 2009 года:*

1. *Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методика анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002.*
2. *Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998.*

## **Раздел 9. Элементы философии науки**

### *Тема 11. Философия науки: понятие и функции*

Функции философии в поле науки: создание картины мира, рефлексия, предвидение.

Основные этапы развития науки: классический, неклассический, постнеклассический. Их характеристики и проявление в области социогуманитарных наук.

Структура научного познания. Теоретический и эмпирический уровни научного исследования. Структура теоретического знания. Понятие научной парадигмы. Теории высокого, среднего и прикладного уровня. Философско-методологический и прикладной аспекты конкретного научного исследования. Функции научной теории: описательная, объяснительная, прогностическая. Формирование частных теоретических схем и законов. Логика построения развитых научных теорий в классической и современной науке.

Структура эмпирического исследования. Прикладная отраслевая и маркетинговая аналитика, их связь, сходство и различие с научными исследованиями.

### *Тема 12. Этические основания современной науки*

Базовые ценности науки. Истина как главная ценность научного познания. Уважение к другому, точность, аккуратность, высокая работоспособность и креативность как инструментальные ценности науки.

Этические основания науки. Проблема "разрушительной силы науки". Наука для создания общественного блага и наука для продвижения частных интересов. Гуманистический вектор развития науки.

Этика взаимоотношений исследователей. Конструктивная критика как необходимый этический компонент научной деятельности. Оппонирование и рецензирование как механизмы совершенствования научного продукта.

Взаимодействие научной картины мира и опыта: проблема встраивания полученных результатов в картину мира. Проблема перевода результатов научных исследований в практику.

### ***Литература к разделу 9***

*Издания после 2009 года:*

1. *Новая философская энциклопедия. В 4-х томах. М.: Мысль, 2010.*
2. *Степин В.С. История и философия науки. М.: Академический проект; Трикста, 2011.*
3. *Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М.: Омега-Л, 2012.*

*Издания до 2009 года:*

1. *Девятова С.В. Философия и методология науки. М. Аспект Пресс, 1996*
2. *Степин В.С. Философия науки. Общие проблемы. М. Гардарики, 2008.*

## **Раздел 10. Основные категориальные элементы методологии научного исследования**

### *Тема 13. Система научного исследования*

Методологический аппарат научного исследования. Актуальность научного исследования. Новизна научного исследования: теоретическая, прикладная.

Объект и предмет научного исследования, их взаимоотношение и типология. Цель и задачи научного исследования, их взаимоотношение. Методы научного исследования, их связь с целью и задачами исследования. Теоретические методы научного исследования и их роль. Методы сбора информации (эмпирические методы) в научном исследовании. Методы обработки информации. Методы проверки результатов на надёжность и достоверность.

Понятие проблемы научного исследования. Гипотеза научного исследования, её роль. Верифицируемость (проверяемость) научной гипотезы как её основное свойство.

Теоретический базис научного исследования. Его связь с объектом и предметом исследования.

Эмпирический базис исследования. Информационная база исследования и её структура.

Теоретическая значимость исследования. Практическая значимость исследования.

Апробация результатов научного исследования: публичные выступления, публикации, рецензирование.

### **Литература к разделу 10**

*Издания после 2009 года:*

1. *Новая философская энциклопедия. В 4-х томах. М.: Мысль, 2010.*
2. *Райзберг Б. А. Диссертация и ученая степень. М. ИНФРА-М, 2011.*
3. *Степин В.С. История и философия науки. М.: Академический проект; Трикста, 2011*
4. *Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М.: Омега-Л, 2012.*

*Издания до 2009 года:*

1. *Девятова С.В. Философия и методология науки. М. Аспект Пресс, 1996.*

2. *Степин В.С. Философия науки. Общие проблемы. М. Гардарики, 2008.*

## **Раздел 11. Ключевые теоретические методы исследования в социогуманитарной сфере**

### *Тема 14. Метод сравнительного анализа*

Сравнительный анализ как универсальный метод исследования. Цель сравнительного анализа. Реперные объекты и реперные точки. Приёмы сравнительного анализа: сопоставление, противопоставление. Качественный и количественный сравнительный анализ. Разновидности сравнительного анализа: динамический анализ, сравнительно-исторический анализ, кросс-культурный анализ и др. Общий план сравнительного анализа. Примеры применения сравнительного анализа в медиаисследованиях.

### *Тема 15. Метод кросс-культурного анализа*

Кросс-культурное сопоставление как анализ функционирования культурных/социальных феноменов в различных обществах и его применение в социогуманитарной сфере (этнографии, этнологии, культурологии, социологии культуры, социологии массовых коммуникаций и т.п.). Кросс-культурный анализ как разновидность метода сравнительного анализа различных социокультурных явлений, разделённых пространством, в один и тот же период времени. Содержание метода: сравнение двух или большего числа существенно различающихся фактов различных культур; определение влияния культурных условий на поведение индивидов; установление систематической зависимости между культурными и поведенческими переменными различных культур и т.д. "Этический" и "эмический" типы анализа. Особенности выстраивания реперных точек и поля сопоставления в кросс-культурном анализе. Примеры применения кросс-культурного анализа в медиаисследованиях. Границы применимости метода кросс-культурного анализа.

### *Тема 16. Методы структурного и структурно-динамического анализа*

Понятия "структура", "динамика" и "структурная динамика". Структура как устойчивое образование элементов и связей между ними. Структурный анализ, его цель и направленность. Основные показатели структур: множество выделенных элементов и связей структуры; характеристики элементов и связей структуры; обобщённые показатели структур (уровни структуры, структурная устойчивость и др.). Место структурного анализа в системе теоретических методов социогуманитарных исследований. Процедура структурного анализа: декомпозиция объекта на элементы, выявление связей между элементами, определение качественных и количественных характеристик (показателей) элементов и др. Типология структур. Структурный анализ в филологических исследованиях и исследованиях материалов СМИ. Структурализм как теоретическая основа структурного анализа в филологических и журналистских исследованиях. Примеры применения структурного анализа в исследовании СМИ. Границы применимости метода структурного анализа. Структурно-динамический анализ как теоретический подход в социогуманитарной сфере. Цели структурно-динамического анализа. Структурно-динамический анализ в медиаисследованиях.



Примеры применения структурно-динамического анализа в исследовании СМИ. Границы применимости метода структурно-динамического анализа.

*Тема 17. Методы функционального и структурно-функционального анализа*

Понятие функции. Понятие социальной функции. Функционализм как теоретический подход в социогуманитарной сфере. Цели функционального анализа. Понятия "структура" и "функция" как парные категории, их взаимосвязь. Структурный функционализм как теоретический подход в социогуманитарной сфере. Категории "социальная дисфункция", "декларируемая функция", "латентная функция". Неофункционализм как развитие идей функционализма. Функциональный анализ в медиаисследованиях. Примеры применения функционального анализа в исследовании СМИ. Границы применимости метода функционального анализа. Цели структурно-функционального анализа. Структурно-функциональный анализ в медиаисследованиях. Примеры применения структурно-функционального анализа в исследовании СМИ. Границы применимости метода структурно-функционального анализа.

*Тема 18. Метод системного анализа*

Понятие системы. Её связь с категориями "структура" и "функция". Типология систем. Системный анализ как теоретический подход в социогуманитарной сфере. Принципы (постулаты) системного анализа. Цели системного анализа. Категории системного анализа: "система", "подсистема", "внутренняя среда", "внешняя среда", "сложность системы", "обратная связь". Системный анализ в медиаисследованиях. Примеры применения системного анализа в исследовании СМИ. Границы применимости метода системного анализа.

*Тема 19. Метод теоретического моделирования*

Понятия "модель", "подмодель", "моделирование". Классификация моделей. Свойства моделей. Основные операции над моделями: линеаризация, идентификация, агрегирование, декомпозиция, сборка и др. Моделирование как прикладной аспект системного подхода. Цели и задачи моделирования. Процесс моделирования - основные этапы. Жизненный цикл моделируемой системы. Моделирование в медиаисследованиях. Примеры применения моделирования в исследовании СМИ. Границы применимости метода теоретического моделирования.

*Тема 20. Построение когнитивных карт*

Когнитология как междисциплинарное научное направление. Когнитивное моделирование. Системы репрезентации знаний: системы правил, семантические сети, структуры отношений. Когнитивная структуризация. Типы когнитивной структуризации: когнитивные схемы, когнитивные решётки (шкалы, матрицы). Когнитивная карта как метод схематического описания системы путём определения связей между её элементами. Контур когнитивной карты как способ исследования влияния обратной связи. Типы контуров: морфогенический и гомеостатический. Закон Маруямы. Достоинства и недостатки метода построения когнитивных карт. Построение когнитивных карт в медиаисследованиях. Примеры применения метода построения когнитивных карт

в исследованиях СМИ. Границы применимости метода построения когнитивных карт.

*Тема 21. Методы прогнозирования*

Понятия "прогноз", "прогнозирование", "горизонт прогнозирования". Подходы к прогнозированию: исторический подход, комплексный подход, системный подход. Поиское (изыскательское) и нормативное (нормативно-целевое) прогнозирование. Принципы прогнозирования: принцип системности, принцип адекватности, принцип альтернативности, принцип достоверности, принцип наблюдаемости. Методы прогнозирования: субъективные (интуитивные, эвристические и т.п.) и объективные (математические, статистические, модельные и т.п.). Качественные и количественные методы прогнозирования. Метод сценариев как качественно-количественный метод прогнозирования. Экспертное прогнозирование. Методы статистического прогнозирования: простые (предположение о стабильности показателя, экстраполяция линейных трендов и др.) и сложные (метод скользящей средней, регрессионный анализ, экспоненциальное сглаживание и др.). Опросные методы прогнозирования: экспертные оценки, опрос потребителей, дельфи-группы и др. Достоинства и недостатки методов прогнозирования. Этапы процесса прогнозирования: определение предмета и цели прогнозирования, установление горизонта прогнозирования, выбор методов и разработка инструментария прогнозирования, сбор данных и построение прогноза, мониторинг результатов, оценка точности, достоверности и надёжности прогноза. Прогнозирование в медиаисследованиях. Примеры прогнозирования в исследовании СМИ. Границы применимости метода прогнозирования.

*Тема 22. Статистический анализ как теоретический метод*

Понятия "статистика", "статистический подход", "статистический анализ", "математическая статистика". Этапы статистического исследования: статистическое наблюдение, сводка и группировка первичных статистических данных, анализ статистической информации. Операции "перевода" эмпирических данных на уровень первичного теоретического обобщения: группировка и упорядочение данных, выявление связей между переменными, прогнозирование на основе статистических данных, классификация. Группировка статистических данных и её типы: простая и сложная (комбинационная, многомерная). Ранжирование как способ упорядочения данных. Понятие корреляции как меры связи. Коэффициент Пирсона как мера связи, его статистические свойства. Содержательная интерпретация значений коэффициента Пирсона как меры связи. Непараметрические методы выявления связи. Статистические гипотезы и их проверка. Статистические критерии и их использование для определения статистической значимости связи. Статистические методы прогнозирования: простые (предположение о стабильности показателя, экстраполяция линейных трендов и др.) и сложные (метод скользящей средней, регрессионный анализ, экспоненциальное сглаживание и др.). Статистические методы классификации на основании "близости-удалённости" данных: кластерный анализ, факторный анализ, корреспондентский анализ (анализ соответствия) и др. Применение

статистического анализа как метода первичного теоретического обобщения в медиаисследованиях. Примеры применения статистического анализа как теоретического метода в исследованиях СМИ. Границы применимости статистического анализа как теоретического метода.

*Тема 23. Типологизация, классификация и таксономический анализ*

Типология как научный метод, в основе которого лежит структурирование систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа. Типологизация как научный метод, направленный на разбивку некоторой изучаемой совокупности объектов, изначально не имеющей чётких границ, на обладающие определенными свойствами упорядоченные и систематизированные группы с помощью идеализированной модели или типа (идеального или конструктивного). Теоретическая и эмпирическая типологизация. Соотношение классификации и типологизации как процессов, с одной стороны, чёткой, однозначной и с другой стороны, нечёткой, неоднозначной группировки. Критерии классификации и типологизации, их отличия (критерий классификации может быть случайным, а критерий типологизации всегда сущностен). Виды типологизации по процедурам построения: морфологические и структурные (статические); процессуальные (динамические); генетические; сравнительно-исторические. Классификация как процесс группировки объектов исследования в соответствии с их общими признаками. Требования к системе классификации: полнота признака, взятого за основу классификации; рядоположенность классифицируемых объектов в пределах одной классификационной группы и др. Понятия "класс", "подкласс", "иерархия", "фасет". Типология методов классификации: иерархический метод и фасетный метод. Их достоинства и недостатки. Таксономия как теория классификации и систематизации. Таксономия и систематика. Таксономия как раздел систематики, представляющее собой учение о системе таксономических категорий, обозначающих соподчиненные группы объектов - таксоны. Понятия "таксон", "таксономический ранг", "таксономическая схема". Таксон как группа дискретных объектов, связанных той или иной степенью общности свойств и признаков. Типы таксономических схем: одномерные и многомерные. Типологизация, классификация и таксономический анализ в медиаисследованиях. Примеры использования типологизации, классификации и таксономического анализа в исследованиях СМИ. Границы применимости методов типологизации, классификации и таксономического анализа.

*Тема 24. Метод историко-генетического анализа*

Понятия "генезис", "генетический". Историко-генетический (ретроспективный) анализ как метод изучения порождения тех или иных событий событиями более ранними во времени, установления причинно-следственных связей, выявления факторов, влияющих на различные процессы и явления. Суть и эвристические возможности историко-генетического метода. Анализ необходимости и достаточности условий, существенные условия. Иерархизация причинно-следственных связей. Функциональные и стохастические взаимосвязи. Историко-генетический анализ как метод аналитически-индуктивный по природе

и описательный по форме выражения информации, при котором сходство явлений объясняется как результат их родства по происхождению. Направленность историко-генетического анализа: от единичного к особенному, от общего ко всеобщему (выделение существенных свойств, функций объекта, и последующее индуктивное изучение этих свойств). Использование логико-индуктивных принципов в историко-генетическом анализе (каноны Милля, индуктивно-статистическая модель Гемпеля и др.). Достоинства и недостатки историко-генетического метода. Историко-генетический метод в медиаисследованиях. Примеры применения историко-генетического анализа в исследованиях СМИ. Границы применимости метода историко-генетического анализа.

*Тема 25. Метод институционального анализа*

Понятия "институт", "социальный институт". Типология социальных институтов. Институционализм как теоретический подход в социогуманитарной сфере. Институционализм в общественных науках. Институционализм в экономических науках. Цели институционального анализа. Категории "институция", "правило", "институциональная структура", "институционализация", "институциональные изменения", "социальная роль", "социальный контроль". Неоинституционализм как развитие идей институционализма. Институциональный анализ в медиаисследованиях. Примеры применения институционального анализа в исследовании СМИ. Границы применимости метода институционального анализа.

*Тема 26. Метод феноменологического анализа*

Понятия "феномен", "феноменология". Феноменология как философское направление изучения феноменов. Ветви феноменологии. Феноменологический анализ и его основные процедуры (описание, герменевтическое истолкование и др.). Место феноменологического анализа в системе методов научного исследования. Категории "феноменологическая установка", "феноменологическая редукция", "феноменологическое интуирование", "эпохе", "эйдос", "социальная реальность", "жизненный мир", биографическая ситуация". Приёмы феноменологического анализа: дескриптивная феноменология, интенциональный анализ, эйдетический анализ, конститутивный анализ, герменевтический анализ. Феноменологический анализ в медиаисследованиях. Примеры применения феноменологического анализа в исследовании СМИ. Границы применимости метода феноменологического анализа.

*Тема 27. Синергетический подход*

Синергетика как междисциплинарное направление в современных научных исследованиях, рассматривающее явления и процессы на основе принципа самоорганизации систем.. Понятия "синергия", "синергетическое рассмотрение", "флуктуация", "сингулярность", "бифуркация", "точка бифуркации", "аттрактор", "устойчивость системы", "положительная обратная связь", "лавинообразные процессы", самоорганизация". Истоки синергетического подхода. Детерминизм и синергетика. Диалектика и синергетика. Неравновесность и нестабильность как источники синергетического процесса. Понятия "эволюция и "коэволюция" в синергетическом рассмотрении. Гадательный случай: появление веера

возможностей и их отбор. Эффект бабочки: малые воздействия, случайность, аттракторы, воздействие процессов микроуровня на макроуровень через мезоуровень. Теория хаоса. Определение хаоса: аperiodичность траекторий при любых начальных условиях, расхождение траекторий при сколь угодно близких начальных условиях. Феномен "наоборот". Массово-коммуникационный эффект бумеранга как разновидность эффекта "наоборот". Использование синергетического подхода в медиаисследованиях. Примеры использования синергетического подхода в исследовании СМИ. Границы применимости синергетического подхода.

#### *Тема 28. Этимологический анализ*

Этимология как раздел языкознания, изучающий происхождение и историю отдельных слов и морфем. Понятия "этимон" и "логос". Категории "исходное значение слова", "мотивация слова", "производящее слово", "словообразовательная модель", "словообразовательная структура", "первичная семантика слова", этимологизация, "деэтимологизация". Цели этимологического анализа: выявление в каком языке и на каком этапе его исторического развития возникло анализируемое слово; установление первичной мотивации слова; выявление путей и причин изменения первичной семантики и исторического морфемного состава слова. Этимологический анализ как метод изучения диахронных словообразовательных отношений между словами, их первоначальную словообразовательную структуру и первоначальное значение. Процедура этимологического анализа: генетическое отождествление рассматриваемого слова или его основы с другим словом или его основой как исходным, производящим; отождествление других структурных элементов слова с исторически известными структурными элементами и реконструкция первичной формы и значения слова с первичной мотивацией. Этимологический анализ в социогуманитарных и экономических науках как вспомогательный метод, позволяющий уточнить латентную семантику используемой терминологии и их эвристический потенциал. Использование этимологического анализа в медиаисследованиях. Примеры использования этимологического анализа в исследованиях СМИ. Границы применимости этимологического анализа.

#### *Литература к разделу 11*

##### *Издания после 2009 года:*

1. Агапов П.В., Афанасьев В.В., Качура Г.Н. Социальное прогнозирование. М.: «Канон +», РОИИ «Реабилитация», 2009.
2. Анфилатов В.С. и др. Системный анализ в управлении. / В.С.Анфилатов, А.А.Емельянов, А.А.Кукушкин; под ред. А.А.Емельянова. М.: Финансы и статистика, 2009.
3. Лапыгин Ю.Н, Крылов В.Е., Чернявский А.П. Экономическое прогнозирование. М.: Эксмо, 2009
4. Новая философская энциклопедия. В 4-х томах. М.: Мысль, 2010.

##### *Издания до 2009 года:*

1. Аберкромби Н., Хилл С., Б.С. Тернер. Социологический словарь. М.: Экономика, 2004.
2. Агапова И.И. Институциональная экономика. М.: Экономистъ, 2006.
3. Аникеев А. А. Методология классической историографии: Учебное пособие. Ставрополь, 2005.
4. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. М.: ИНФРА-М, 2008.
5. Беспамятных Н.Н. Методология кросс-культурного анализа: базовые концепты, направления и перспективы исследования// Наука. Релігія. Суспільство. 2008, №1.
6. Бренделева Е.А. Неинституциональная экономическая теория. М.: Дело и сервис, 2006.
7. Венгеров Анатолий., Синергетика и политика. Методология // <http://spkurdyumov.narod.ru/Vengerov1.pdf>
8. Емельяненко Т.В. Методы межкультурных исследований ценностей// Социология. 1997. №9. // Эл. версия: <http://www.stopcrisis.ru/archives/29>
9. Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. М.: ТЕИС, 2000.
10. Ковальченко И. Д. Методы исторического исследования. М., 2000.
11. Кузьминов Я.И., К.А. Бендукидзе, М.М. Юдкевич. Курс институциональной экономики. М.: Изд. Дом ГУ-ВШЭ, 2006.
12. Латова Н.В. Не-хофстедовы методик компаративистских исследований// Экономика. Социология. Менеджмент // Эл. версия: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/125480.html>
13. Мангейм К. Структурный анализ в эпистемологии. М.: ИНИОН РАН, 1992.
14. Медушевская О. М., Румянцева М. Ф. Методология истории: Учебное пособие. М., 1997.
15. Ноздрева Р. Кросс-культурный анализ рекламы// Лаборатория рекламы, маркетинга и PR // Эл. версия: <http://www.advertology.ru/article9664.htm>
16. Овчинников Н.Ф. Структура и симметрия. / Системные исследования. Ежегодник. М., 1969.
17. Оптнер С.Л. Системный анализ для решения проблем бизнеса и промышленности. М.: Концепт, 2006.
18. Парфенов И. Д. Методология исторической науки: Курс лекций. Саратов, 2001.
19. Плотинский Ю.М. Модели социальных процессов. М.: Логос, 2001.
20. Портал "Crossculture" Р.Льюиса: <http://www.crossculture.com/>
21. Робертс. Ф.С. Дискретные математические модели с приложениями к социальным, биологическим и экологическим задачам. М.: Наука, 1986.

22. *Типология корпоративных культур Г. Хофстеде // Эл. данные: <http://www.corpculture.ru/content/tipologiya-korporativnykh-kultur-g-khofstede>*
23. *Цыгичко В.Н. Прогнозирование социально-экономических процессов. М.: Изд-во "Книжный дом Либроком", 2008.*
24. *Ядов В.А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций. СПб.: Интерсоцис, 2006.*

## **8. Образовательные технологии**

В ходе научно-исследовательского семинара, помимо традиционных для академической системы лекционных и практических занятий, реализуются также различные формы интерактивного взаимодействия со студентами: деловые игры, мозговые штурмы, творческие и рефлексивные тренинги, дискуссии, мини-конференции, презентации, разбор кейсов. Возможны встречи со специалистами-практиками и мастер-классы экспертов в области массовых коммуникаций.

## **9. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента**

*Зачет* в конце второго модуля происходит в форме презентации темы выбранного магистрантом курсового исследования, представления намеченных этапов исследования, обзора подобранной библиографии и эмпирического материала. Обязательным для получения зачетной оценки является понимание студентом и его готовность четко сформулировать основные методологические элементы исследования: актуальность темы, цель и задачи работы, объект и предмет исследования, рабочая гипотеза, степень научной разработанности проблемы, необходимые методы исследования.

В качестве точек промежуточного контроля дисциплиной предусмотрены *эссе, контрольная работа и доклад*.

*Эссе* пишется студентом по итогам 1 и 2 раздела курса; это аналитическая работа, представляющая осмысление студентом разнообразных моделей, теорий и концепций массовой коммуникации, а также выработка собственной точки зрения по спорным вопросам их современного развития.

*Контрольная работа* представляет собой контроль усвоения основных теоретических знаний по окончании 1 модуля изучения дисциплины.

*Доклад с обязательной презентацией* проводится во 2 модуле и тематически связан с 4-7 разделами курса; тема выбирается студентом, исходя из его собственных исследовательских интересов, и касается того или иного ракурса предстоящего магистранту курсового исследования. Оценка за *доклад* на семинарской мини-конференции учитывает уровень найденного и осмысленного

материала, а также качество презентации и мастерство ораторского выступления, продемонстрированные во время занятия.

*Итоговый зачет* в конце четвертого модуля происходит в форме презентации результатов курсового исследования.

## 10. Порядок формирования оценок по дисциплине

При преподавании дисциплины используется накопительная система оценок. Итоговая оценка за первые 2 модуля складывается из следующих позиций:

- зачет в устной форме (оценка по 10-бальной шкале);
- эссе (оценка по 10-бальной шкале);
- теоретическая контрольная работа (оценка по 10-бальной шкале);
- подготовка и презентация доклада на мини-конференции во время семинарского занятия (оценка по 10-бальной шкале);
- посещаемость занятий и активность в дискуссиях (от 0 до 2 баллов).

Итоговая оценка, выставляемая в ведомость за зачет во 2 модуле, рассчитывается по формуле:

$$O_{и} = 0,5 * O_{з} + 0,1 * O_{э} + 0,1 * O_{кр} + 0,2 * O_{д} + ПА$$

где  $O_{и}$  – итоговая оценка по 10-бальной шкале,

$O_{з}$  – оценка за выступление на зачете с презентацией темы курсового исследования по 10-бальной шкале,

$O_{э}$  – оценка за эссе по 10-бальной шкале,

$O_{кр}$  – оценка за теоретическую контрольную работу по итогам 1 модуля;

$O_{д}$  – оценка за подготовку и презентацию тематического доклада студента на семинаре по 10-бальной шкале,

$ПА$  – балл за посещаемость лекций и активность на практических занятиях; данная переменная может принимать значение от 0 до 1 баллов:

1 балла ставится, если студент посетил и активно участвовал в 85-100 процентов занятий;

0 баллов ставится, если пропущено больше 15 процентов занятий.

Итоговая оценка за первый курс выводится из результатов работы студента в 3 и 4 модуле и напрямую связана, прежде всего, с результатами выполненного курсового исследования.

## 11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Единого учебника по дисциплине не существует. Дополнительная литература указана в соответствующих разделах конкретно к каждой теме.



**Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для подготовки проведения лекционных и семинарских занятий используется проектор.