**Правительство Российской Федерации**

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

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна

**Программа дисциплины**

«**Научно-исследовательский семинар:**

**“Анализ процессов массовых коммуникаций”»**

**Часть 1 (1-2 модуль 2014-2015 года)**

**Для магистерской программы «Мультимедийная журналистика»**

**Направление подготовки: 42.04.02.** **Журналистика**

**Автор программы:**

**Шомова С.А.,** доктор политических наук,

профессор департамента медиа

Одобрена на заседании Департамента медиа

факультета коммуникаций, медиа и дизайна

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г

Руководитель департамента: Кирия И.В.

Утверждена УС

факультета коммуникаций, медиа и дизайна

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2015 г.

Ученый секретарь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Настоящая программа не может быть использована*

*другими подразделениями университета и другими вузами*

*без разрешения кафедры-разработчика программы.*

Москва, 2015

# 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 031300.68 «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». Первая часть курса, составляющая содержание данной программы, охватывает начальные два модуля (первый семестр) 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 совершенствовать 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 (*формируется частично)* | 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, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности | СК-М6 | Владеет необходимыми методами научного анализа собранных данных, умеет работать с различными источниками информации и базами данных, объективно оценивать их полноту и достоверность | Лекционные и 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 (*формируется частично)* | 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 (*формируется частично)* | 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 участвовать в проектной, научно-исследовательской и аналитической деятельности | ИК-М1 | Умеет диагностировать проблемы состояния и развития современных массовых коммуникаций, самостоятельно разработать программу исследования в данной области, делать оправданные выводы и предлагать необходимые рекомендации по результатам исследования | Семинарские и 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 | 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 | 4 | 6 |  | 10 |
| 2 | Массовая коммуникация: теории и концепции. Основные теории медиа | 16 | 4 | 4 |  | 8 |
| 3 | Современные методы коммуникативных исследований | 20 | 6 | 4 |  | 10 |
| 4 | Понятие коммуникативного пространства. Виды коммуникации и возможности их изучения | 8 | 2 | 2 |  | 4 |
| 5 | Визуальная массовая коммуникация | 16 | 2 | 6 |  | 8 |
| 6 | Вербальная массовая коммуникация | 12 | 2 | 4 |  | 6 |
| 7 | Мифологические и перфомансные элементы в структуре массовых коммуникаций | 24 | 6 | 6 |  | 12 |
| 8 | «Болевые точки» процессов массовой коммуникации. Проблема эффективности в массовых коммуникациях | 12 |  | 6 |  | 6 |
|  | **Итого** | **128** | **26** | **38** |  | **64** |

# 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 |

# 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:*

*Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис, 1992.*

1. *Основы теории коммуникации. М.: Гардарики, 2007.*
2. *Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.*
3. *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, «культивационная 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. Перфомансная 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:*

1. *Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003.*
2. *Кириллова Н.Б. Медиакультура. Теория, история, практика. М.: Академический проект, 2008.*
3. *Маклюэн Г.М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. М.; Жуковский: «Канон-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.*
4. *Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998.*
5. *Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. М.: Аспект Пресс, 2006.*
6. *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.*

*Ушакова Т.Н. Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений. М., 1995.*

1. *Хазагеров Г.Г. Политическая риторика. М.: Никколо-Медиа, 2002.*

**Раздел 7. Мифологические и перфомансные 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 перфоманс в массовых коммуникациях*

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

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

***Литература к разделу 7***

*Издания после 2009 года:*

*Канетти А. Масса и власть. М.: Астрель, 2013.*

*Черных А. Медиа и ритуалы. М.: Университетская книга, 2013.*

*Издания до 2009 года:*

*Васич В.Н., Ширинянц А.А. Политика. Культура. Время. Мифы. М.: Диалог-МГУ, 1999.*

*Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестник Московского университета. Серия 7. М., 1990. № 2.*

*Лосев А. Диалектика мифа // Философия. Мифология. Культура. М.: Политиздат, 1991.*

*Полосин В.С. Миф. Религия. Государство. М.: Ладомир, 1999.*

1. *Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998.*

*Хюбнер К. Истина мифа. М: Республика., 1996.*

*Шомова С.А. Политические шахматы. Паблик рилейшнз как интеллектуальная игра. М: Рип-Холдинг., 2003.*

*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.*

# 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 окончанию 1 модуля изучения дисциплины.

*Доклад с обязательной презентацией* проводится в 1-2 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* по НИСу 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 по10-бальной шкале);
* эссе (оценка по10-бальной шкале);
* теоретическая контрольная работа (оценка по10-бальной шкале);
* подготовка и презентация доклада на мини-конференции во время семинарского занятия (оценка по10-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:

**Ои = 0,5\*Оз + 0,1\*Оэ + 0,1\*О кр + 0,2\*Од + ПА**

где **Ои** – итоговая оценка по 10-бальной шкале,

**Оз** – оценка за выступление на зачете с презентацией темы курсового исследования по 10-бальной шкале,

**Оэ** – оценка за эссе по 10-бальной шкале,

**Окр** – оценка за теоретическую контрольную работу по итогам 1 модуля;

**Од** – оценка за подготовку и презентацию тематического доклада студента на семинаре по 10-бальной шкале (если студенты готовят и презентуют 2 небольших сообщения на занятиях, каждое из них оценивается в размере 0,1 от оценки за выступление по десятибалльной 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 литературауказана в соответствующих разделах конкретно к каждой теме.

# Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для подготовки проведения лекционных и семинарских занятий используется проектор.