**Правительство Российской Федерации**

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

Факультет коммуникации, медиа и дизайна

Департамент медиа

Программа дисциплины

**НИС «Исследование медиапроцессов»**

**Часть 1. Курсовые исследования по специальности «Журналистика»**

**Часть 2. Дизайн и методы медиаисследований**

(2-4 модули)

для направления 42.03.02 «Журналистика» подготовки бакалавра

Авторы программы:

Тарасенко А.С., преподаватель, atarasenko2@hse.ru

Ним Е.Г., к.социол.н., доцент, [enim@hse.ru](mailto:enim@hse.ru)

Довбыш О.С., преподаватель, [dovbysh@hse.ru](mailto:dovbysh@hse.ru)

Чумакова В.П., канд. культурологии, преподаватель, vchumakova@hse.ru

Исаев Е.М., преподаватель, emisaev@hse.ru

Одобрена на заседании департамента медиа «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

Руководитель департамента И.В. Кирия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [подпись]

Рекомендована Академическим советом образовательной программы

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г., № протокола\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Утверждена «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

Академический руководитель образовательной программы

С.А. Шомова \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [подпись]

Москва, 2015

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями*

*университета и другими вузами без разрешения департамента-разработчика программы*

**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 и студентов направления 42.03.02 «Журналистика» подготовки бакалавра, изучающих НИС «Анализ медиа-процессов».

Программа разработана в соответствии с:

* Стандартом НИУ ВШЭ по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»;
* Образовательной программой по направлению 42.03.02 «Журналистика»;
* Рабочим учебным планом университета по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», утвержденным в 2015 гг.

# 2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины НИС «Исследование медиапроцессов» являются:

* ознакомить студентов с требованиями к курсовой работе по специальности «Журналистика»;
* сформировать у студентов базовые навыки научно-исследовательской работы, включая разработку методологии исследования;
* научить студентов использовать различные методы сбора, обработки и интерпретации данных, в частности, в процессе написания курсовых работ по медийной тематике;
* развить навыки научной дискуссии и презентации результатов исследования посредством обсуждения студенческих проектов в ходе их реализации.

# 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

**Знать**

* требования, правила и алгоритмы написания курсовой работы;
* основные направления, подходы и стратегии медиаисследований;
* базовые методы медиаисследований (методы исследования контента, аудитории, медиавоздействия, медиаиндустрии);
* правила и способы представления результатов научного исследования.

**Уметь**

* формулировать ключевые методологические элементы курсового проекта;
* выбирать релевантные исследовательским задачам и гипотезам методы исследования медиакоммуникаций;
* применять изученные подходы и методы в исследованиях медиакоммуникаций (в частности, при написании курсовых работ);
* корректно использовать результаты исследований (в частности, опросов общественного мнения) в журналистских материалах.

**Иметь навыки (приобрести опыт)**

* разработки методологической части курсовой работы;
* использования методов исследования аудитории и медиавоздействия;
* применения методов анализа медиатекста;
* использования методов исследования медиасообществ и медиарынка;
* представления результатов исследования, полученных с помощью того или иного метода.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

| **Компетенция** | **Код по ОС**  **2015** | **Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)** | **Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции** |
| --- | --- | --- | --- |
| Способен учиться, приобретать новые знания, умения, в том числе в области, отличной от профессиональной | УК-1 | * Понимает общие проблемы философии и методологии науки, специфику социогуманитарного познания * Различает различные предметные и междисциплинарные контексты (направления), в которых могут изучаться современные медиа | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Разбор исследовательских кейсов |
| Способен выявлять научную сущность проблем в профессиональной области | УК-2 | * Определяет проблемные ситуации медиаотрасли в терминах медиаисследований * Интерпретирует и критически оценивает медийный опыт в рамках различных парадигм медиаисследований | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Разбор исследовательских кейсов * Выступления с презентациями |
| Способен работать с информацией: находить, оценивать и использовать информацию из различных источников, необходимую для решения научных и профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода) | УК-5 | * Находит релевантные источники научной информации * Критически оценивает информацию из найденных источников, сравнивает и группирует данные * Корректно использует методы сбора данных в эмпирическом исследовании | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Разбор исследовательских кейсов |
| Способен вести исследовательскую деятельность, включая анализ проблем, постановку целей и задач, выделение объекта и предмета исследования, выбор способа и методов исследования, а также оценку его качества | УК-6 | * Понимает сущность научного исследования и принципы его организации * Способен разработать ключевые элементы методологии исследования (включая формулировку проблемы, целей и задач, объект и предмета, гипотезы, обоснование методов исследования) | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Разбор исследовательских кейсов * Выступления с презентациями |
| Способен работать в команде | УК-7 | * Участвует в академических дискуссиях и работе мини-групп | * Дискуссии на семинарах * Коллективная подготовка и защита презентаций |
| Способен критически оценивать и переосмыслять накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность | УК-9 | * Критически оценивает работу медиа с учетом современных знаний о природе медиакоммуникаций * Использует результаты своих и других исследований для понимания текущих медиапроцессов | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Разбор исследовательских кейсов * Выступления с презентациями |
| Способен участвовать в научном исследовании в сфере медиа | ПК-15 | * Разрабатывает концепцию исследования и обосновывает выбор методов * Разрабатывает инструментарий исследования * Использует методы исследования медиатекста, аудитории, медиарынка, медиавоздействия | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Разбор исследовательских кейсов * Выступления с презентациями |
| Способен участвовать в коллективном анализе деятельности СМИ и анализировать результаты собственной работы (профессиональная рефлексия) | ПК-22 | * Участвует в коллективных дискуссиях на семинарах при обсуждении исследовательских проектов * Участвует в подготовке и защите коллективной презентации (работа в мини-группе) | * Дискуссии на семинарах * Разбор исследовательских кейсов * Работа в мини-группе * Выступления с презентациями |

# 4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина является обязательной и относится к циклу «Проектная и исследовательская работа» (Б.ПИР).

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

* Философия
* Социология
* Теория медиакоммуникаций

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

* Знание ключевых понятий, тем и концепций социальной философии;
* Знание основных понятий, проблемных областей, теорий и методов социологии;
* Знание основных теорий медиакоммуникаций и умение использовать их в качестве теоретической рамки исследования.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

* НИС «Исследование медиа-процессов» (3 курс)
* Медиаграмотность
* Курсовая работа и ВКР

Дисциплина НИС «Исследование медиапроцессов» читается на втором и третьем году обучения студентов.

Научно-исследовательский семинар на 2-ом курсе преподается во втором, третьем и четвертом модулях. Часть 1 «Курсовые исследования по специальности "Журналистика"» слушается во втором модуле (28 ауд. часов); часть 2 «Дизайн и методы медиаисследований» – в третьем (44 ауд. часа) и четвертом (36 ауд. часов) модулях.

# 5. Тематический план учебной дисциплины

**Часть 1. Курсовые исследования по специальности «Журналистика»**

*Преподаватель Тарасенко А.С.*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название раздела | Всего часов | Аудиторные часы | | | Самостоя-тельная работа |
| Лекции | Семинары | Практические занятия |
| 1 | Основные направления студенческих научных исследований медиа. Формулировки темы исследования. Типовые объекты и предметы в исследованиях медиа. Хронологические и географические рамки | 8 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| 2 | Актуальность исследования в гуманитарных науках и в исследованиях медиа | 8 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| 3 | Степень разработанности темы. Поиск и подбор литературы для исследования медиа. Формирование эмпирической базы и выборки | 8 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| 4 | Алгоритмы научного исследования в сфере медиа. Цель и задачи. Гипотеза исследования. Структура научного исследования медиа | 8 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| 5 | Методология научного исследования медиа. Обзор ключевых эмпирических и теоретических методов | 8 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| 6 | Научная новизна и практическая значимость студенческих исследований медиа | 8 | 0 | 2 | 0 | 6 |
| 7 | Научный стиль изложения. Логика и композиционные модели построения глав и параграфов. Выводы и результаты исследования | 8 | 0 | 2 | 0 | 6 |
| 8 | Оформление курсовой работы | 8 | 0 | 2 | 0 | 6 |
| 9 | Студенческая научная среда. Обзор основных научных конференций для студентов. Технологии написания тезисов для научных конференций. Жанр научного доклада | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 |
|  | **Итого:** | **66** | **0** | **0** | **28** | **38** |

**Часть 2. Дизайн и методы медиаисследований**

| № | **Название раздела, темы** | Всего часов | Аудиторные часы | | Самостоя­тельная работа |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Лекции | Семинары |
| *3 модуль* | | | | | |
| **Раздел 1. Дизайн медиаисследований (22 часа)**  *Преподаватель Ним Е.Г.* | | | | | |
| 1 | Медиаисследования: ключевые понятия | 6 |  | 2 | 4 |
| 2 | Дизайн исследования: типологии и уровни | 6 |  | 2 | 4 |
| 3 | Парадигма / теоретическая рамка исследования | 6 |  | 2 | 4 |
| 4 | Методология исследования | 8 |  | 4 | 4 |
| 5 | Стратегии исследования | 8 |  | 4 | 4 |
| 6 | Исследовательские техники и процедуры | 10 |  | 6 | 4 |
| 7 | Практикум по разработке дизайна и инструментария  медиаисследования | 8 |  | 2 | 6 |
| **Раздел 2. Методы анализа медиарынков (22 часа)**  *Преподаватель Довбыш О.С.* | | | | | |
| 1 | Медиарынок: общие понятия | 8 |  | 2 | 6 |
| 2 | Бизнес-модели в медиа: основные понятия | 6 |  | 2 | 4 |
| 3 | SWOT анализ | 8 |  | 4 | 4 |
| 4 | PEST анализ | 8 |  | 4 | 4 |
| 5 | 5 сил Портера | 8 |  | 4 | 4 |
| 6 | Матрица БКГ | 8 |  | 4 | 4 |
| 7 | Работа с экспертами | 6 |  | 2 | 4 |
| **Итого в 3 модуле:** | | **104** |  | **44** | **60** |
| *4 модуль* | | | | | |
| **Раздел 3.** **Методы анализа медиатекста (24 часа)**  *Преподаватель Исаев Е.М.* | | | | | |
| 1 | Текст и дискурс | 10 |  | 4 | 6 |
| 2 | Контент-анализ | 10 |  | 4 | 6 |
| 3 | Интент-анализ | 10 |  | 4 | 6 |
| 4 | Семиотический анализ | 10 |  | 4 | 6 |
| 5 | Нарративный анализ | 10 |  | 4 | 6 |
| 6 | Дискурс-анализ | 10 |  | 4 | 6 |
| **Раздел 4. Результаты опросов общественного мнения в журналистских материалах (12 часов)**  *Преподаватель Чумакова В.П.* | | | | | |
| 1 | Введение в изучение общественного мнения | 10 |  | 4 | 6 |
| 2 | Ключевые параметры опросов общественного мнения | 10 |  | 4 | 6 |
| 3 | Специфика описания результатов опроса общественного мнения в журналистике | 10 |  | 4 | 6 |
| **Итого в 4 модуле:** | | **96** |  | **36** | **60** |

# 6. Формы контроля знаний студентов

Часть 1. Курсовые исследования по специальности «Журналистика»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тип контроля** | **Форма контроля** | **2 модуль** | **Параметры** |
| Текущий | Эссе | \* | анализ степени разработанности темы, выбранной для курсовой работы, письменно, 2-3 страницы, 14 кегль, Times New Roman, полуторный межстрочный интервал, задание выполняется не во время аудиторных занятий. |
| Итоговый | Зачёт | \* | устное собеседование продолжительностью 15-20 минут по введению к курсовой работе, которое должно быть загружено через систему lms в раздел «Проекты» изучаемой дисциплины не позднее 10 декабря. |

Часть 2. Дизайн и методы медиаисследований

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тип контроля** | **Форма контроля** | **3 модуль** | **4 модуль** | **Параметры** |
| Текущий контроль | Оценка активности на семинарах | **\*** | **\*** | Участие в работе на семинарах |
| Промежу­точный | Экзамен | \* |  | Защита экзаменационной работы |
| Итоговый | Экзамен |  | \* | Защита экзаменационной работы |

## 6.1. Критерии оценки знаний, навыков

***Часть 1. Курсовые исследования по специальности «Журналистика»***

Критериями оценки текущего и итогового контроля служат требования, предъявляемые к введению курсовой работы. Ниже приведён список типичных ошибок, за которые снижается балл.

|  |  |
| --- | --- |
| пример типовой ошибки | снимаемый балл |
| **Актуальность** |  |
| отсутствует блок «актуальность исследования» | -3,5 |
| актуальность исследования не обоснована фактами | -3 |
| актуальность исследования сужена до актуальности выбора объекта | -2 |
| актуальность исследования расширена до актуальности выбора канала или типа коммуникации | -2 |
| отсутствие ссылок, подтверждающих аргументацию автора в обосновании актуальности исследования | -2 |
| **Степень разработанности темы** |  |
| отсутствует блок «степень разработанности темы» | -4 |
| представлено менее трёх групп источников | до -3 |
| в каждом блоке представлено менее пяти фамилий исследователей | до -3 |
| отсутствуют ссылки на работы упомянутых исследователей | до -3 |
| отсутствует разделение авторов на исследователей и публицистов | -2 |
| в каждом блоке присутствует менее трёх указаний на научные монографии или статьи | до -2 |
| отсутствуют фамилии зарубежных авторов в темах, связанных с зарубежной проблематикой | -1 |
| ссылки на работы авторов оформлены неверно | -1 |
| **Объект исследования** |  |
| отсутствует блок «объект исследования» | -3 |
| объект не соотносится с заявленной темой | -2 |
| объект подменён предметом | -2 |
| **Предмет исследования** |  |
| отсутствует блок «предмет исследования» | -3 |
| общая формулировка предмета, не сведённая к конкретным показателям | -2 |
| предмет не соотносится с темой исследования | -2 |
| предмет подменён объектом | -2 |
| предмет сформулирован неполно (исходя из темы работы) | -1 |
| **Цель исследования** | |
| отсутствует блок «цель исследования» | -3 |
| формулировка цели не подразумевает проверяемый конечный результат | -2 |
| цель подразумевает достижение двух и более разных результатов | -2 |
| цель не связана с предметом исследования | -2 |
| **Задачи исследования** |  |
| отсутствует блок «задачи исследования» | -3,5 |
| количество задач менее четырёх | -3 |
| отсутствуют историко-теоретические задачи | -2 |
| неоправданное присутствие эмпирических задач | -2 |
| задачи не соотносятся со структурой работы | -2 |
| одна из задач дублирует цель (либо дословно, либо по смыслу) | -1 |
| нарушена логика последовательности задач | -1 |
| **Методы исследования** | |
| отсутствует блок «методы исследования» | -4 |
| отсутствие методов к указанным задачам | до -3 |
| несоответствие методов поставленным задачам | до -3 |
| не представлено соотнесение «задача – метод» | до -2 |
| **Гипотеза** | |
| отсутствует блок «гипотеза исследования» | -3 |
| несоответствие гипотезы поставленной цели | -2 |
| не верифицируемая гипотеза | -2 |
| формулировка, отличная от утверждения | до -2 |
| очевидная гипотеза | -2 |
| **Хронологические и географические рамки** | |
| отсутствует блок «хронологические и географические рамки» | -2 |
| рамки не соотносятся с объектом | -1 |
| отсутствует обоснование выбора рамок | -1 |
| рамки неоправданно расширены | -1 |
| рамки неоправданно сужены | -1 |
| **Эмпирическая база** |  |
| отсутствует блок «эмпирическая база» | -3 |
| эмпирическая база сформулирована абстрактно и почти равна объекту | -2,5 |
| отсутствует обоснования для выбора эмпирической базы | -2 |
| эмпирическая база неоправданно расширена | -2 |
| эмпирическая база неоправданно сужена | -2 |
| **Научная новизна** |  |
| отсутствует блок «научная новизна» | -2 |
| научная новизна сформулирована абстрактно и носит описательный характер | -1 |
| **Практическая значимость** |  |
| отсутствует блок «практическая значимость» | -2 |
| практическая значимость сформулирована абстрактно и носит описательный характер, не привязана к конкретным потребностям индустрии | -1,5 |
| **Структура работы** |  |
| отсутствует структура работы | -3 |
| в структуре менее двух глав | -2 |
| в главе менее двух параграфов | -2 |
| названия параграфов дублируют названия глав | -2 |
| название главы дублирует название работы | -2 |
| структура работы не соотносится с задачами исследования | -2 |
| расширенные формулировки названий глав и параграфов | -2 |
| отсутствие историко-теоретических параграфов | -2 |

Оценки по всем формам контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

При проведении контроля осуществляется дистанционная поддержка в виде проверки эссе, подготовки материалов для lms и он-лайн консультаций, в том числе в системе lms.

***Часть 2. Дизайн и методы медиаисследований***

***Промежуточный контроль в 3 модуле: экзамен***

Экзамен проводится в виде презентации, подготовленной мини-группой в ходе выполнения домашнего задания. Максимальная оценка: 10 баллов.

***Итоговый контроль в 4 модуле: экзамен***

Экзамен проводится в виде презентации, подготовленной мини-группой в ходе выполнения домашнего задания. Возможно проведение экзамена в виде письменной работы. Максимальная оценка: 10 баллов.

## 6.2. Порядок формирования оценок по дисциплине

***За 2 модуль:***

Преподаватель оценивает эссе (текущий контроль) и результаты экзаменационной работы (введения к курсовой работе). Работа и участие на семинарах не оцениваются. Предполагается, что студенты заинтересованы в том, чтобы протестировать на занятиях свои наработки, отшливовать формулировки введения, обсудив их с группой и преподавателем. Это позволит студентам избежать типичных ошибок в итоговой работе.

Общая результирующая оценка за курс рассчитывается по формуле:

*Орезульт. = 0,2\*Онакопл. + 0,8\*Озач.*

где *Онакопл.* – это оценка за эссе (*Онакопл. = Отекущий*); а *Озач.* – это оценка за зачёт.

Накопленная оценка, результирующая оценка и оценка за итоговый контроль округляются арифметическим способом.

***За 3 модуль:***

О*результ.* = Оп\*0,1 + Осем\*0,4 + Оэкз\*0,5

# Где:

# Оп – посещаемость семинаров (по 10-балльной шкале)

Осем – активность на семинарах (по 10-балльной шкале)

# Оэкз – оценка за экзаменационную работу (по 10-бальной шкале)

***За 4 модуль:***

Орезульт.: Oнак\*0,7 + Oэкз\*0,3

Где:

Оэкз – оценка за экзаменационную работу (защита исследовательского проекта)

Oнак = 0,5\*тек1 + 0,5\*тек2

Отек1 – написание статей на основании результатов массовых опросов (раздел «Результаты опросов общественного мнения в журналистских материалах»). Всего 8 новостных заметок в течение занятий + одна аналитическая статья на оценку. Оценка выставляется, если в ходе обучения написано 8 новостных заметок. Если новостные заметки не написаны, или их меньше 8, то ставится 0. Итоговая оценка выставляется за аналитическую статью.

Отек2 – посещение семинаров (раздел «Методы анализа текста»)

Действует способ округления накопленной оценки промежуточного (итогового) контроля (при значениях от 0,1 до 0,4 оценка округляется в меньшую сторону, при значениях от 0,5 до 0,9 – в большую). ВНИМАНИЕ: оценка за итоговый контроль **блокирующая,** при неудовлетворительной итоговой оценке она равна результирующей.

# 7. Содержание дисциплины

***Часть 1. Курсовые исследования по специальности «Журналистика»***

**Раздел 1. Основные направления студенческих научных исследований медиа. Формулировки темы исследования. Типовые объекты и предметы в исследованиях медиа. Хронологические и географические рамки**

|  |  |
| --- | --- |
| Базовая структура курсовой работы. Элементы введения курсовой работы. Критерии выбора направления исследования. Основные ограничения выбора направлений исследования. Формулировка темы. Тема как объект + предмет. Хронологические и географические рамки как уточняющий компонент темы. Типы объектов в медиаисследованиях. Типы предметов в медиаисследованиях. Шаблоны формулировок тем. «Нежелательные» слова. Основные ошибки в формулировке тем. | 2 часа |
| Выбор направления и ниши исследования. «Упаковка» выбранной ниши в тему курсовой работы. | 2 часа |

Общий объем самостоятельной работы — 4 часа (выполнение задания по текущему контролю, подготовка к семинарам и экзамену, выполнение домашней работы).

Литература:

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

Положение о курсовой работе/курсовом проекте студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и специалистов, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М.: РИП-холдинг, 2006.

Реферат и курсовая работа по специальности «Журналистика» / Научн. ред. М.И. Алексеева, С.С. Смирнов. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/study/handouts/metodic/specialnost.pdf>).

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары, мозговой штурм - коллективная прокачка и «докрутка» формулировок тем курсовых работ.

**Раздел 2. Актуальность исследования в гуманитарных науках и в исследованиях медиа**

|  |  |
| --- | --- |
| Актуальность как спорная категория в гуманитарных науках. Фактологическая основа актуальности. Актуальность выбора объекта, актуальность выбора предмета и актуальность темы. Типы актуальности в медиаисследованиях. | 2 часа |
| Подбор фактов для обоснования актуальности. | 2 часа |

Общий объем самостоятельной работы — 4 часа (выполнение задания по текущему контролю, подготовка к семинарам и экзамену, выполнение домашней работы).

Литература:

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

Положение о курсовой работе/курсовом проекте студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и специалистов, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М.: РИП-холдинг, 2006.

Реферат и курсовая работа по специальности «Журналистика» / Научн. ред. М.И. Алексеева, С.С. Смирнов. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/study/handouts/metodic/specialnost.pdf>).

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары, индивидуальные и групповые задания по разработке и тестированию убедительной актуальности исследования.

**Раздел 3. Степень разработанности темы. Поиск и подбор литературы для исследования медиа. Формирование эмпирической базы и выборки**

|  |  |
| --- | --- |
| Декомпозиция темы курсовой работы. Тема работы как пересечение научных сфер. Тема работы в контексте других исследований. Инструменты поиска литературы по теме. Электронные каталоги библиотек. Поисковые возможности книжных интернет-магазинов. Работа с ссылками в научных источниках. Работа с журналами. Анализ степени разработанности темы схожих по тематике работ. Российские и зарубежные источники. Научная и публицистическая разработанность темы. Правила подготовки и презентации степени разработанности темы в курсовой работе. Формирование эмпирической базы и выборки. | 2 часа |
| Практическое освоение инструментов поиска литературы по теме. Систематизация литературы. | 2 часа |

Общий объем самостоятельной работы — 4 часа (выполнение задания по текущему контролю, подготовка к семинарам и экзамену, выполнение домашней работы).

Литература:

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

Положение о курсовой работе/курсовом проекте студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и специалистов, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М.: РИП-холдинг, 2006.

Реферат и курсовая работа по специальности «Журналистика» / Научн. ред. М.И. Алексеева, С.С. Смирнов. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/study/handouts/metodic/specialnost.pdf>).

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары, поиск литературы по теме в режиме он-лайн, самостоятельное определение степени разработанности темы.

**Раздел 4. Алгоритмы научного исследования в сфере медиа. Цель и задачи. Гипотеза исследования. Структура научного исследования медиа**

|  |  |
| --- | --- |
| Цели исследования. Классификация целей. Связь цели и предмета исследования. Правила формулировки цели. Цель и проверяемый конечный результат. Цель и процесс исследования. Основные ошибки в формулировке цели. Требования к задачам исследования. Задачи исследования как алгоритм действий. Эмпирические и теоретические задачи. Историко-теоретические задачи. Последовательность и логика построения задач. Соотношение цели и задач. Гипотеза исследования как драматургический «движок» исследования. Соотношение цели и гипотезы. Верификация гипотезы. Неверифицируемые гипотезы. Очевидные гипотезы. Правила формулировки гипотезы. Соотношение структуры работы и задач. Структура курсовой работы. Главы и параграфы. Правила членения работы на главы и параграфы. Шаблоны формулировок названий глав и параграфов. | 2 часа |
| Отработка навыков формировки цели, задач, гипотезы, названий глав и параграфов курсовой работы. | 2 часа |

Общий объем самостоятельной работы — 4 часа (выполнение задания по текущему контролю, подготовка к семинарам и экзамену, выполнение домашней работы).

Литература:

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

Положение о курсовой работе/курсовом проекте студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и специалистов, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М.: РИП-холдинг, 2006.

Реферат и курсовая работа по специальности «Журналистика» / Научн. ред. М.И. Алексеева, С.С. Смирнов. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/study/handouts/metodic/specialnost.pdf>).

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары, парная игра – формулировка цели, задач и гипотезы исследования партнёру по паре.

**Раздел 5. Методология научного исследования медиа. Обзор ключевых эмпирических и теоретических методов**

|  |  |
| --- | --- |
| Связь методов исследования с задачами. Эмпирические методы исследования. Наблюдение. Типы наблюдений. Работа с документами. Типы документов. Правила работы с документами. Эксперименты в медиаисследованиях. Примеры медиаисследований, построенных на эксперименте. Экспертные интервью. Типы экспертных интервью. Выбор экспертов. Правила составления запросов. Интервью с диктофоном. Логика построения интервью. Формулировка вопросов для экспертных интервью. Правила цитирования экспертов. Правила интерпретации экспертного интервью. Социологические методы исследования (опросы, фокус-группы). | 2 часа |
| Теоретические методы исследования. Анализ. Типы анализа в исследованиях медиа (факторный, функциональный, кластерный, структурный, типологический). Абстрагирование. Синтез. Методы на базе сравнения (сравнительный анализ, сравнительно-исторический анализ, историко-генетический анализ, сравнительно-функциональный анализ, сравнительно-структурный анализ и т.д.). Исторические методы (исторический синтез, историческая реконструкция). Контент-анализ и анализ контента. Моделирование. Прогнозирование. Периодизация. Типологизация и классификация. | 2 часа |

Общий объем самостоятельной работы — 4 часа (подготовка к семинарам и экзамену, выполнение домашней работы).

Литература:

*Боришполец К.П.* Методы политических исследований: Учебное пособие для студентов вузов/ К.П. Боришполец. М.: Аспект Пресс, 2005.

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учебно-методическое пособие. Материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова / Сост. И.Д. Фомичёва. М.: Издательство Московского Университета, Факультет журналистики МГУ, 2011. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/upload/iblock/0c9/0c970e2f436c848e79836712fa065380.pdf>).

Полевая кухня. Как провести исследования. Ульяновск: Симбирская книга, 2004.

Положение о курсовой работе/курсовом проекте студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и специалистов, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М.: РИП-холдинг, 2006.

Реферат и курсовая работа по специальности «Журналистика» / Научн. ред. М.И. Алексеева, С.С. Смирнов. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/study/handouts/metodic/specialnost.pdf>).

*Рузавин Г.И.* Методология научного исследования. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.

*Семенова В.В.* Качественные методы: Введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет, 1998.

*Федотова Л.Н.* Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001.

*Фомичева И.Д.* Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2012.

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары, игры «Репетиция экспертного интервью», «Договориться об интервью за 10 минут».

**Раздел 6. Научная новизна и практическая значимость студенческих исследований медиа**

|  |  |
| --- | --- |
| Научная новизна и практическая значимость как компоненты введения. Типы научной новизны. Разработка нового понятия. Новые определения. Новая интерпретация фактов. Новая типология явлений. Установление связи между компонентами медиасистемы. Обнаружение новых фактов, введение новых фактов в научный оборот. Конкретизация научной новизны. Технологии определения практической значимости через должностные инструкции медиакомпаний. | 1 час |
| Отработка навыков формулирования потенциальной практической значимости и научной новизны курсовой работы. | 1 час |

Общий объем самостоятельной работы — 6 часов (подготовка к семинарам и экзамену, выполнение домашней работы).

Литература:

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

Положение о курсовой работе/курсовом проекте студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и специалистов, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М.: РИП-холдинг, 2006.

Реферат и курсовая работа по специальности «Журналистика» / Научн. ред. М.И. Алексеева, С.С. Смирнов. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/study/handouts/metodic/specialnost.pdf>).

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары, имитация научной конференции, обсуждение потенциальных научных результатов, тестирование практической значимости через «звонок индустриалу».

**Раздел 7. Научный стиль изложения. Логика и композиционные модели построения глав и параграфов. Выводы и результаты исследования**

|  |  |
| --- | --- |
| Технологии построения текста глав и параграфов. Хронологический принцип изложения. Индуктивный принцип изложения. Дедуктивный принцип изложения. Конструкция тезис-аргумент. Примеры и кейсы как аргументы к тезисам. Научный стиль. Выбор лексических средств. Типовые синтаксические конструкции. Оценочные суждения и метафоризация изложения. Работа с цитатами. Соотношение цитат и собственных суждений. Плагиат. Типы плагиатов. Приёмы проверки текста на плагиат. | 2 часа |

Общий объем самостоятельной работы — 6 часов (подготовка к семинарам и экзамену, выполнение домашней работы).

Литература:

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

Положение о курсовой работе/курсовом проекте студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и специалистов, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М.: РИП-холдинг, 2006.

Реферат и курсовая работа по специальности «Журналистика» / Научн. ред. М.И. Алексеева, С.С. Смирнов. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/study/handouts/metodic/specialnost.pdf>).

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары, он-лайн демонстрация инструментов проверки текста на плагиат.

**Раздел 8. Оформление курсовой работы**

|  |  |
| --- | --- |
| Оформление титульного листа. Гарнитура. Интервалы. Кегль. Кегль заголовков. Кегль основного текста. Кегль сносок. Выравнивание текста. Абзацы и новые страницы. Поля. Инструменты создания автоматического оглавления и библиографического списка. Требования к оформлению сносок и ссылок. | 2 часа |

Общий объем самостоятельной работы — 6 часов (подготовка к семинарам и экзамену, выполнение домашней работы).

Литература:

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары, он-лайн демонстрация работы сервисов по созданию оглавления и библиографического списка.

**Раздел 9. Студенческая научная среда. Обзор основных научных конференций для студентов. Технологии написания тезисов для научных конференций. Жанр научного доклада**

|  |  |
| --- | --- |
| Научные конференции в студенческой среде. «Ломоносов». «Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи». Научные конференции студентов в региональных вузах. Технологии написания тезисов. Требования к тезисам конференций «Ломоносов» и «СМИ в современном мире». Соотношение тезисов и доклада. | 2 часа |

Самостоятельная работа по разделу не предусмотрена.

Литература:

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

Формы и методы проведения занятий по разделу: семинары.

***Часть 2. Дизайн и методы медиаисследований***

**Раздел 1. Дизайн медиаисследований (22 часа)**

*Тема 1. Медиаисследования: ключевые понятия (2 часа)*

Маркетинговое медиаисследования и академические media studies. Междисциплинарный характер media studies. Основные направления медиаисследований по Г. Лассуэллу: коммуникатор, сообщение; аудитория; каналы, медиаэффекты. Трехкомпонентная модель предметной области media studies (Дж. Стокс): индустрия – текст – аудитория. Р. Сильверстоун о новых объектах media studies: средства коммуникации (устройства); практики коммуникации; институты и сообщества, возникающие вокруг этих устройств и практик. Ключевые вопросы: что исследуется, в рамках какой теории, какими методами? Общая характеристика методов исследования текста, аудитории и индустрии.

*Тема 2. Дизайн исследования*: *типологии и уровни (2 часа)*

Понятия «методология», «метод», «подход», «стиль», «план», «дизайн» исследования. Дизайн исследования как проектирование его логической структуры. Типологии исследовательских дизайнов в зависимости от: (1) типа исследовательских вопросов: поисковые (exploratory research), описательные (descriptive research), объяснительные (explanatory research) исследования; (2) методов и типов данных: количественный, качественный и смешанный дизайны. Уровни исследовательского дизайна в модели «луковицы» (M. Saunders, P. Tosey): философские допущения (парадигмы), методологический выбор, стратегии, временные рамки, техники и процедуры.

*Тема 3. Парадигма / теоретическая рамка исследования (2 часа)*

Теоретическая нагруженность факта. Фундаментальные философские допущения: о природе социальной реальности (реализм-номинализм) и человека (волюнтаризм-детерминизм), способах социального познания (позитивизм-антипозитивизм), ценностях и целях исследования (нейтральность-активизм). Основные парадигмы в социальной науке: позитивизм, реализм, интерпретивизм, прагматизм. Роль парадигмы и теории в медиаисследовании. Выбор релевантной теории для медиаисследования, использование и развитие ее ключевых понятий и положений.

*Тема 4. Методология исследования (4 часа)*

Проблема методологического выбора: количественный, качественный или смешанный подход? Моно- или мульти-метод? Основные различия количественного и качественного исследования (исследовательские вопросы и фокус анализа, логика исследования, тип данных, методы, выборка и т.д.). Специфика смешанного подхода (mixed methods) и варианты его реализации. Выбор исследовательского метода: моно-метод (один количественный или качественный), мульти-метод (несколько количественных или качественных), смешанный метод (в простой или сложной вариации).

*Тема 5. Стратегии исследования (4 часа)*

Стратегии исследования: экспериментальное исследование; опросное исследование (survey strategy); архивное исследование (archival research), кейс-стади, этнографическое исследование, «исследование действием» (action research), обоснованная теория (grounded theory), нарративное исследование (narrative inquiry), феноменологическое исследование, дискурс-анализ. Виды исследований в зависимости от временного горизонта: кросс-секционные (разовые, включая ретроспективные) и лонгитюдные (повторные – трендовые, панельные, когортные).

*Тема 6. Исследовательские техники и процедуры (6 часов)*

Методы сбора данных: наблюдение, анализ документов, опрос, тестирование, эксперимент, вторичный анализ данных. Метод офлайн- и онлайн-наблюдения при изучении медиакомпаний, медиасообществ и аудитории. Методы анализа медиатекста (количественные и качественные). Опросные методы в исследованиях производителей и потребителей медиапродукта (количественное анкетирование и интервьюирование, глубинные интервью и фокус-группы, экспертный опрос). Эксперимент как метод исследования медиавоздействия; виды и модели социальных экспериментов. Вторичный анализ данных исследовательских организаций (desk research).

Методы анализа количественных и качественных данных. Способы представления исследовательских данных.

*Тема 7. Практикум по разработке дизайна и инструментария медиаисследования (2 часа)*

Проектирование и обоснование дизайна своего курсового исследования по модели «луковицы»: теоретическая рамка исследования (парадигма); методология (моно-мульти; количественная-качественная-смешанная); стратегия исследования; методы сбора данных.

Разработка инструментария своего курсового исследования: сценарий глубинного интервью или фокус-группы; анкета с закрытыми и полузакрытыми вопросами; бланк онлайн-наблюдения за виртуальным сообществом (на выбор).

**Раздел 2. Методы анализа медиарынков (22 часа)**

*Тема 1. Медиарынок: общие понятия*

Что такое рынок? Основные подходы к изучению рынка. Становление медиа как отрасли хозяйства. Что такое медиарынок? Особенности продукта медиа и индустрии медиа.

*Тема 2. Бизнес-модели в медиа: основные понятия*

Что такое бизнес-модель? Основные бизнес-модели в медиа. Что является продуктом на рынке медиа?

*Тема 3. SWOT анализ*

SWOT-анализ как оценка внешней и внутренней среды компании. Методика SWOT анализа. Сильные и слабые стороны компании и их значение. Угрозы и возможности и их значение.

*Тема 4. PEST анализ*

PEST анализ как инструмент анализа внешней среды компании. Методика PEST анализа. Политические факторы и их значимость их оценки в медиаиндустрии. Экономические факторы и их значимость их оценки в медиаиндустрии. Социальные факторы и их оценка в медиаиндустрии. Технологические факторы и значимость их оценки для медиаиндустрии.

*Тема 5. Пять сил Портера*

Модель пяти факторов конкуренции М.Портера. Методика модели 5 сил Портера. Анализ пяти конкурентных сил в медиаиндустрии.

*Тема 6. Матрица БКГ*

Методика матрицы БКГ (Boston Consulting Group). Использование методики для анализа состава бизнес-портфеля в медиа.

*Тема 7.* *Работа с экспертами*

Кто такой эксперт? Как находить экспертов? Методы поиска экспертов. Метод «снежного кома». Метод Делфи. Экспертное интервью.

**Раздел 3. Методы анализа медиатекста (24 часа)**

*Тема 1.* *Текст и дискурс*, 4 часа.

Определения текста. Устный и письменный статусы текста. Основные текстообразующие признаки:

1) целостность, связность, отдельность, завершенность

2) когезия, когерентность, интенциональность, воспринимаемость, информативность, ситуативность, интертекстуальность).

Основные свойства и категории текста: абсолютная антропоцентричность, социологичность, диалогичность, единство внешней и внутренней формы, развернутость и последовательность, статичность и динамичность, напряженность, эстетичность, интерпретируемость текста.

Глобальные категории текста, предложенные: участники коммуникативного акта, событий, ситуаций; события, процессы, факты; время; художественное пространство; оценка.

Понятия дискурса как

1) процесс использования языковой системы

2) результат использования языковой системы, совокупность текстов.

*Тема 2. Контент-анализ*, 4 часа.

Контент-анализ – исследовательский̆ метод, используемый для объективноrо, систематического, количественного описания содержания коммуникации: направлен на категоризацию качественных текстовых данных и их представление в виде тематических или понятийных кластеров.

*Тема 3. Интент-анализ*, 4 часа.

Интент-анализ как направление исследования речи, дающее возможность реконструировать интенции (намерения, цели, направленность сознания на какой-л. предмет) говорящего по его речи, позволяющее раскрыть скрытый смысл, подтекст выступлений, недоступный при других формах анализа.

*Тема 4. Семиотический анализ*, 4 часа.

Семиология – наука, которая изучает роль знаков в жизни общества и управляющие ими законы. Отношения между «означаемым» и «означающим». Системность языка. Иконические, индексальные, символические измерения. Де Соссюр, Лотман, Пирс, Барт.

*Тема 5. Нарративный анализ*, 4 часа.

Нарративный анализ как качественный метод исследования, направленный на интерпретацию повествования и уделяющий̆ особое внимание временной̆ последовательности, кото­рую устанавливают люди как рассказчики о своей̆ жизни и окружающих событиях. Ф. де Соссюр, Якобсон, Пропп.

*Тема 6. Дискурс-анализ*, 4 часа.

Дискурс-анализ как междисциплинарный̆ метод на стыке лингвистики, теории коммуникации, социологии, антропологии и ряда других наук. Критический̆ дискурс-анализ, восходящий к Фуко, который изучал репрезентационные свойства дискурса как инструмента власти. Водак, Ван Дейк, Фэрклаф, Чилтон.

**Раздел 4. Результаты опросов общественного мнения в журналистских материалах**

**(12 часов)**

*Тема 1. Введение в изучение общественного мнения*

Понятие общественного мнения. Краткая история изучения общественного мнения. Количественные методы изучения общественного мнения. Организации, изучающие общественное мнение в России. «Омнибус» как самая распространенная форма изучения общественного мнения. Общая схема проведения «омнибусов» и возможности сотрудничества ньюсмейкеров с журналистами внутри нее. Другие формы опросов общественного мнения.

*Тема 2. Ключевые параметры опросов общественного мнения*

Понятия генеральной совокупности, выборки, репрезентативности выборки. Критика современных измерений общественного мнения. Феномен социальной желательности. Вопросы о валидности результатов, которые журналист обязан задать ньюсмейкеру. Типы вопросов в массовом опросе. Влияние типа вопроса на результаты. Примеры некорректных вопросов в современной медиасреде.

*Тема 3. Специфика описания результатов опроса общественного мнения в журналистике*

Описание и интерпретация результатов количественных измерений общественного мнения в журналистике: новостная заметка, комментарии экспертов, аналитическая статья, портретный очерк, другие форматы. Сравнение групп респондентов. Описание динамики показателей. Интерпретация индексов. Типичные вопросы для комментариев эксперта. Типичные ошибки при интерпретации результатов массовых опросов. Визуализация опросов общественного мнения: базовые формы представления (диаграмма, гистограмма, график).

# 8. Образовательные технологии

Занятия в рамках курса проходят в виде семинаров. При реализации различных видов учебной работы используются активные и интерактивные формы проведения занятий – разбор практических задач и кейсов, мозговой штурм (коллективная прокачка и «докрутка» формули-ровок), парные игры (разработка методологии исследования для партнёра по паре, «Репетиция экспертного интервью», «Договориться об интервью за 10 минут»), имитация научной конференции, тестирование практической значимости через «звонок индустриалу», он-лайн демонстрация инструментов работы с текстом и библиографией. В преподавании курса также применяются работа в микро-группах, мини-конференции, подготовка презентаций.

# 9. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

***Часть 1. Курсовые исследования по специальности «Журналистика»***

**9.1. Тематика заданий текущего контроля**

Эссе представляет собой один из компонентов введения, а именно анализ степени разработанности темы, выбранной для курсовой работы. Тематика эссе определяется выбранной темой курсовой работы.

**9.2. Вопросы для оценки качества освоения дисциплины**

Примерный перечень вопросов по курсу для самопроверки студентов. Здесь приведены лишь некоторые вопросы:

* + - 1. Сформулирует пять любых тем для научного исследования.
      2. Приведите примеры типовых объектов исследования в сфере медиа.
      3. Подберите возможные предметы исследования, если объект исследования – журнал «Афиша» (Первый канал, радиостанция «Эхо Москвы»).
      4. В чём суть метода типологизации, и чем он отличается от классификации?
      5. Приведите примеры использования эксперимента в исследованиях медиа.
      6. Предложите алгоритм исследования, если его цель – выявить типовые драматургические конструкции сериала «Интерны».
      7. Предложите критерии для сравнительного анализа информационных программ телеканала НТВ и радиостанции РСН или докажите, что подобное сравнение некорректно.
      8. Проведите декомпозицию темы «Специфика деловых новостей в мультимедийной среде», предложите три группы научных источников по этой теме.
      9. Предложите варианты названия первой главы и параграфов к теме «Публицистические приемы в статьях действующих президентов России и США».
      10. Предложите любую тему исследования и обоснуйте её акутальность.

**9.3. Примеры заданий итогового контроля**

В качестве задания итогового контроля студенты сдают написанное введение к курсовой работе. Введение должно содержать в себе следующие блоки: актуальность, степень разработанности темы, объект и предмет исследования, цель и задачи исследования, эмпирические и теоретические методы, гипотеза, хронологические и географические рамки, эмпирическая база (включая выборку), научная новизна, практическая значимость, структура работы (названия глав и параграфов). Тематика определяется выбранной темой курсовой работы.

***Часть 2. Дизайн и методы медиаисследований***

## 9.4. Тематика заданий текущего контроля

Пример: контрольная работа по пройденному материалу раздела «Методы анализа медиарынков» – открытые вопросы на понимание методик и мини-кейсы по анализу медиарынков.

Пример: домашнее задание в виде написания публикаций с использованием результатов опроса общественного мнения (раздел «Результаты опросов общественного мнения в журналистских материалах»).

## 9.5. Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Пример: вопросы для оценки качества дисциплины по разделу «Методы анализа медиарынков»:

1. Медиарынок и его понятия

2. Особенности индустрии медиа

3. Особенности медиапродукта

4. Понятие бизнес-модели в масс-медиа

5. Основные бизнес-модели в масс-медиа

6. PEST-анализ и его методы в медиаиндустрии

7. SWOT-анализ и его методы в медиаиндустрии

8. 5 сил Портера и методы его применения в медиаиндустрии

9. Матрица БКГ и методы ее применения в медиаиндустрии

10. Понятие эксперта в медиаиндустрии

11. Методы поиска экспертов

12. Особенности экспертного интервью

**9.6. Примеры заданий промежуточного /итогового контроля**

Пример: экзаменационная работа по разделу «Дизайн медиаисследования».

1. **Выбрать объект анализа.** Студенческая группа делится на 7 микрогрупп (по 3-4 человека). Каждая микрогруппа выбирает объект анализа для выполнения итогового задания.

*Объекты анализа:*

1. Вокальное телешоу «Голос»
2. Сериал «Игра престолов»
3. Теракт в Charlie Hebdo
4. Анджелина Джоли
5. Анимационная студия «Гибли»
6. Феномен «селфи»
7. Сервис дарения «Дарудар»
8. Олимпиада в Сочи 2014
9. Цифровые диаспоры
10. Мобильные приложения
11. **В каких направлениях или аспектах можно изучать этот объект?** Составьте как можно более полный *перечень возможных исследовательских вопросов* в отношении данного объекта (не менее 3-х ключевых вопросов, каждый из которых может включать серию более частных вопросов). Подумайте, что могли бы здесь изучать социологи, культурологи, политологи, антропологи, психологи, лингвисты, экономисты, маркетологи и т.д. – не рассматривайте объекты анализа только с журналистской точки зрения.

1. **С помощью каких научных методов можно изучать этот объект?** Выберите из предложенного ниже списка методов те, которые считаете подходящими. Опишите, что именно можно изучить с помощью каждого выбранного метода, на какие исследовательские вопросы он позволит получить ответ, какие данные собрать (примерно 100 слов на каждый метод).

*Возможные методы исследования*

1. Наблюдение (включая онлайн-наблюдение)
2. Медиаизмерение
3. Массовый опрос
4. Экспертный опрос
5. Фокус-группы
6. Глубинные интервью
7. Вторичный анализ данных
8. Контент-анализ
9. Риторический анализ
10. Эксперимент
11. Другой метод (если необходимо)
12. **Разработайте *вопросник качественного интервью*** (иначе – сценарий, гайд) применительно к одному из аспектов изучения вашего объекта. Для этого определитесь вначале, кому и с какими целями может быть адресовано глубинное интервью (это нужно прописать). Сценарий интервью должен включать *тематические блоки* (темы соответствуют исследовательским вопросам), в каждом блоке должен быть *ряд вопросов, включая зондирующие* (развивающие тему). Объем этой части задания – 1 страница (можно чуть меньше).

***Объем всей письменной работы:*** 2,5 – 3 страницы (12 кегль, одинарный интервал).

***Структура работы:***

Название работы: *Домашнее задание по курсу «Исследование медиа-процессов»*

Выполнили:ФИО всех исполнителей, номер группы

Объект анализа: (укажите)

1. Исследовательские вопросы
2. Методы исследования
3. Вопросник глубинного интервью

***Критерии оценки:***

* Полнота и релевантность предложенного перечня исследовательских вопросов;
* Корректность формулировки исследовательских вопросов (направлений анализа);
* Обоснованность выбора методов для изучения данного объекта;
* Качество вопросника: логика, структура, корректность формулировок;
* Ясность изложения, грамотность, аккуратность оформления;
* Своевременность сдачи работы преподавателю.

# 10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

***Часть 1. Курсовые исследования по специальности «Журналистика»***

**10.1. Основная литература**

Выпускная квалификационная работа: подготовка, оформление, защита. Методические указания для студентов бакалавриата направления 030600.62 – «Журналистика» / Сост. С.А. Шомова. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учебно-методическое пособие. Материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова / Сост. И.Д. Фомичёва. М.: Издательство Московского Университета, Факультет журналистики МГУ, 2011. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/upload/iblock/0c9/0c970e2f436c848e79836712fa065380.pdf>)**.**

Реферат и курсовая работа по специальности «Журналистика» / Научн. ред. М.И. Алексеева, С.С. Смирнов. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. (Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/study/handouts/metodic/specialnost.pdf>).

*Фомичева И.Д.* Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2012.

**10.2. Дополнительная литература**

*Боришполец К.П.* Методы политических исследований: Учебное пособие для студентов вузов/ К.П. Боришполец. – М.: Аспект Пресс, 2005.

Полевая кухня. Как провести исследования. Ульяновск: Симбирская книга, 2004.

Положение о курсовой работе/курсовом проекте студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров и специалистов, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».

*Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. М.: РИП-холдинг, 2006.

*Рузавин Г.И.* Методология научного исследования. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.

*Семенова В.В.* Качественные методы: Введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет, 1998.

*Федотова Л.Н.* Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001.

*Эко У.* Как написать дипломную работу. М.: Книжный дом «Университет», 2003.

**10.3. Справочники, словари, энциклопедии**

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: МГУ, 2004.

**10.4. Программные средства**

Специализированные обучающие компьютерные программы в рамках курса не используются. Программные средства охватывают стандартные инструменты программ пакета Microsoft Office.

**10.5. Дистанционная поддержка дисциплины**

Он-лайн консультации и проверка эссе.

***Часть 2. Дизайн и методы медиаисследований***

**По Разделу 1.** **Дизайн медиаисследований**

## 10.6. Основная литература

1. Creswell J.W. (2014) Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. SAGE Publications, Inc., 4th edition. Chapter 1. // http://www.sagepub.com/upm-data/55588\_Chapter\_1\_Sample\_Creswell\_Research\_Design\_4e.pdf
2. Saunders M., Tosey P. The Layers of Research Design // https://www.academia.edu/4107831/The\_Layers\_of\_Research\_Design
3. Organizing Your Social Sciences Research Paper: Types of Research Designs http://libguides.usc.edu/writingguide/researchdesigns
4. Богомолова Т.Ю. Дизайн исследования в социальных науках: подходы и реализация // http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part73.pdf
5. Дембицкий С. Методология социальных исследований. Учебное онлайн-пособие // <http://soc-research.info/material.html>
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М.: Омега-Л, 2007.

## 10.7. Дополнительная литература

1. Белановский С. А. Глубокое интервью. М.: Николо - Медиа, 2001.
2. Белановский С. А. Метод фокус-групп. М.: Николо - Медиа, 2001.
3. Брайант Д. Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004.
4. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. М.: Университет, 2009.
5. Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. СПб.: Интерсоцис, 2006.
6. Исследования СМИ: методология, подходы, методы. М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ, 2011.
7. Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003.
8. Поппер К. Предположения и опровержения. Рост научного знания // Поппер К. Логика и рост научного знания. Избранные работы. М.: Прогресс, 1983. С. 240-249.
9. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. М.: Юрайт, 2014.
10. Фомичева И.Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2012.

***Дополнительная литература на иностранных языках:***

1. A handbook of media and communication research. London; New York: Routledge, 2012.
2. Anderson J.A. Media research methods. Los Angeles [etc.]: SAGE Publications, 2012.
3. Berger A.A. Media analysis techniques. Los Angeles [etc.] SAGE Publications, 2012.
4. Berger A.A. Media and communication research methods. Los Angeles [etc.]: SAGE Publications, 2011.
5. Brennen B.S. Qualitative research methods for media studies. London; New York: Routledge, 2013.
6. Critical terms for media studies. Chicago: The University of Chicago Press, 2010.
7. Hartley J. Communication, cultural and media studies. London; New York: Routledge, 2011.
8. Kolker R. Media studies. Wiley-Blackwell, 2009.
9. Media studies: A Reader, 3rd edition. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.
10. Sponder M. Social media analytics. New York: McGraw-Hill, 2012.
11. Stokes J. How to Do Media and Cultural Studies. SAGE Publications Ltd., 2012.
12. The media studies reader. London; New York: Routledge, 2013.
13. Watson J. Dictionary of media and communication studies. Bloomsbury Academic, 2012.
14. Wimmer R.D. Mass media research. Wadsworth Cengage Learning, 2014.

**По Разделу 2.** **Методы анализа медиарынков**

## 10.8. Базовый учебник

1. Кирия И. В., Чумакова В. П. Управленческий аудит медиакомпаний / Под общ. ред.: М. В. Блинова. М. : Издательский дом НИУ ВШЭ, 2014.

## 10.9. Основная литература

1. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиакомпаниями. М.: ИД "Университетская книга", 2010.
2. Основы медиабизнеса/ Под редакцией Е.Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2009.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
4. Albarran Alan B. (ed.), Handbook of Media Management and Economics, New York, Lawrence Erlbaum Associates, 2006.

**По Разделу 3. Методы анализа медиатекста**

**10.10. Базовый учебник**

Леонтович О.А. Методы коммуникативных исследований М.: Гнозис, 2011. — 224 с.

**По Разделу 4. Результаты опросов общественного мнения в журналистских материалах**

**10.11. Базовый учебник**

Липпман, Уолтер. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

# 11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук, жалюзи на окнах.

Для лекций и семинарский занятий используется видеоаппаратура, поддерживающая воспроизведение на экране DVD-дисков и видеофайлов форматов mov, avi и mpeg4, проектор, флип-чарт.