

**Программа учебной дисциплины  
Научно-исследовательский семинар  
«Массовая коммуникация и медиадискурс»**

Утверждена  
Академическим советом ОП ИЯиМКК (бак)  
Протокол № 4 от «21» июня 2018 г.

Автор	Нагорная Александра Викторовна
Число кредитов	6
Контактная работа (час.)	104
Самостоятельная работа (час.)	104
Курс	4
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

**I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ПРЕРЕКВИЗИТЫ И ПОСТРЕКВИЗИТЫ**

Целями освоения дисциплины «Научно-исследовательский семинар» являются:

- формирование у студентов системного представления о современных теориях массовой коммуникации, а также сферах и способах их практического применения;
- ознакомление студентов с историей средств массовой информации в англоязычных странах и современными тенденциями в их развитии;
- формирование у студентов теоретического базиса для проведения исследований в сфере медиалингвистики: ознакомление с терминологическим аппаратом современной медиалингвистики и основными методами анализа медийных продуктов;
- повышение медийной грамотности посредством выработки навыков анализа медийных продуктов;
- развитие и совершенствование навыков поиска и анализа текстового и языкового материала;
- развитие и совершенствование профессионально-дискурсивных умений и навыков в рамках тематики курса;
- развитие навыков оформления научного исследования и презентации его результатов;
- развитие и совершенствование речевых навыков студентов, расширение репертуара языковых средств.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать**

- современные подходы к изучению средств массовой информации (СМИ), принципы классификации и анализа СМИ;
- основные этапы развития СМИ в англоязычных странах, факторы, способствовавшие их формированию, их современное состояние и основные тенденции в их развитии;
- терминологический аппарат современной медиалингвистики;
- основные методы анализа медийных продуктов.

**уметь**

- реферировать и анализировать научную литературу по тематике курса;
- планировать научное исследование в рамках курса с адекватной постановкой цели и задач, структурированием материала и использованием соответствующих методов анализа;
- проводить анализ газетной статьи, телерепортажа, телевизионной передачи, видеоблога и других медийных продуктов с использованием современных подходов и методов.

**иметь навыки**

- сбора, систематизации и анализа языкового материала;
- оформления и презентации научного проекта.

**Пререквизиты:** Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Практика устной и письменной речи
- Теория первого иностранного языка
- Межкультурная деловая коммуникация.

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

- знание базовых принципов проведения самостоятельного научного исследования;
- владение способами поиска научной информации;
- владение способами поиска текстовых материалов;
- владение базовыми навыками работы с электронными корпусами;
- знание основ функциональной стилистики.

**Постреквизиты:** Основные положения дисциплины, а также полученные в ходе изучения дисциплины знания, умения и навыки, могут быть использованы в дальнейшем при подготовке выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Тема 1. Средства массовой информации в современном мире.** Понятие информации, типы и виды информации. Типы и виды коммуникации. Концепция информационного общества. Понятие массовой коммуникации. Основные модели массовой коммуникации (*the Effects Model, the Uses and Gratifications Model, the Cultural Ratification Model, the Ritual Model* и др.). Когнитивные, эмоциональные, эстетические и нравственные аспекты массовой коммуникации. Понятие средства массовой информации. Роль и функции средств массовой информации в современной западной культуре. Типы и виды средств массовой информации. Краткая история средств массовой информации в англоязычных странах. Современное состояние средств массовой информации, основные тенденции в их развитии, роль глобализационных процессов в их эволюции. Проблемы качества медийного продукта, медийной этики, эффективности средств массовой информации.

**Тема 2. Медиалингвистика как современная языковедческая дисциплина.** Медиалингвистика как междисциплинарная отрасль знаний. Ее основные принципы, подходы и методы. Медiateкст и его разновидности, классификация медiateкстов. Понятие медиадискурса, составляющие медиадискурса. Особенности дискурсивных практик в медийной сфере. Особенности языка СМИ, общие подходы к его анализу.

**Тема 3. Печатное слово.** Роль печатных СМИ в обществе. Системные характеристики печатных СМИ. Классификация печатных СМИ, их специализация. Наиболее влиятельные печатные СМИ в современном англоязычном мире; их политика, содержательное наполнение, целевая аудитория, особенности представления информации и т.д. Феномен сенсационной журналистики и желтой прессы. Классификация газетных статей. Типичная структура газетной статьи. Особенности заголовков газетных статей. Использование визуального подкрепления в статьях. Рекламные газетные тексты. Типы и виды журналов. Жанровая специфика журнальных статей. Особенности журнальных текстов. Общие особенности языка печатных СМИ.

**Тема 4. Электронные средства массовой информации.** Медиа «звука и движения»: радио, телевидение, Интернет. Их влияние на производство и потребление информации. Особенности представления информации в электронных СМИ. Проблемы оперативности и достоверности в представлении информации. Эволюция электронных СМИ. Современная онлайн культура. Блоги, чаты, мемы, фотобомбы и другие элементы современной онлайн культуры.

**Тема 5. Медийная грамотность.** Понятие медийной грамотности. Ее составляющие. Теория речевого воздействия. Манипулятивные стратегии в текстах СМИ. Основные методы анализа медийных продуктов. Автобиографический анализ, анализ медиа-стереотипов, идентификационный

анализ, анализ персонажей, идеологический анализ, иконографический анализ, семиотический анализ, контент-анализ, критический дискурс-анализ.

**Тема 6. Медийные кластеры современных мегаполисов.** Понятия информационного пространства и коммуникативного пространства. Особенности информационного и коммуникативного пространства в современных мегаполисах. Информационное обеспечение. Понятие медийного кластера, его структура, факторы, способствующие его формированию. Анализ медийных кластеров крупнейших мегаполисов современного англоязычного мира.

### III. ОЦЕНИВАНИЕ

#### Порядок формирования оценок по дисциплине

Преподаватель оценивает посещение студентами занятий и их активность на занятиях, участие в дискуссиях, подготовленные дома задания в рамках семинаров и их последующее обсуждение. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских занятиях определяется как  $O_{\text{участие}}$ .

Преподаватель оценивает доклады студентов о выполненных проектах и проведенном исследовании. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за этот вид работы определяется как  $O_{\text{выступления}}$ .

Результирующая оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:  $O_{\text{текущий}} = 0,6 O_{\text{участия}} + 0,4 O_{\text{выступления}}$ . Оценки, полученные в течение каждого из трех модулей, суммируются. Округление оценки производится арифметически.

На экзамене предполагается выполнение практического задания: анализ медийного текста с использованием пройденных в течение курса методов и методик. Качество выполнения задания оценивается по 10-балльной шкале. Общая оценка за курс учитывает результаты текущего контроля и экзамена и выставляется следующим образом:  $O_{\text{результ}} = 0,7 O_{\text{накопл}} + 0,3 O_{\text{экз}}$ . Округление оценки производится арифметически.

### IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Примерная тематика заданий текущего контроля:

1. Подготовьте аналитический обзор литературы по проблеме в рамках тематики курса.
2. Подготовьте краткий доклад по проблеме в рамках тематики курса.
3. Прореферируйте газетную статью.
4. Произведите контент-анализ определенного печатного издания.
5. Произведите сравнительный контент-анализ нескольких газетных статей из разных источников, объединенных общей темой.
6. Произведите анализ газетной статьи с использованием метода Критического Дискурс-анализа.

7. Произведите сравнительный анализ двух газетных статей из разных источников, объединенных общей темой, с использованием метода Критического Дискурс-анализа.
8. Подготовьте газетную статью на определенную тему.
9. Подготовьте журнальную статью на определенную тему.
10. Произведите анализ телевизионной передачи / Интернет-ресурса.

## **V. РЕСУРСЫ**

### **1. Основная литература**

1. Baran, S. J. Introduction to mass communication: media literacy and culture / S. J. Baran. – 7th ed. – New York: McGraw-Hill, 2012. – 449 с.
2. Discourse theory and critical media politics / Ed. by L. Dahlberg, S. Phelan. – New York: Palgrave Macmillan, 2011. – 257 с.
3. Fang, I. A history of mass communication: six information revolutions / I. Fang. – Boston; Toronto; London: Focal Press, 1997. – 280 с.
4. Farrar, R. T. Mass communication: an introduction to the field / R. T. Farrar. – 2nd ed. – New York: McGraw-Hill, 1997. – 415 с.
5. Hanson, R. E. Mass communication: living in a media world / R. E. Hanson. – 4th ed. – Los Angeles [etc.]: SAGE Publications, 2014. – 432 с.
6. Language ideologies and media discourse: text, practices, politics / Ed. by S. Johnson, T. M. Milani. – London; New York: Continuum, 2010. – 296 с.
7. Mass communication research methods / Ed. by A. Hansen. – Los Angeles [etc.]: SAGE Publications, 2008.
8. Rodman, G. Making sense of media: an introduction to mass communication / G. Rodman. – Boston; Toronto; London: Allyn and Bacon, 2001. – 530 с.
9. Rodman, G. Mass media in a changing world: history, industry, controversy / G. Rodman. – 4th ed. – New York: McGraw-Hill, 2012. – 498 с.
10. The dynamics of mass communication / J. R. Dominick. – 6th ed. – Boston; Toronto; London: McGraw-Hill, 1999. – 568 с.
11. Wimmer, R. D. Mass media research: an introduction / R. D. Wimmer, J. R. Dominick. – 9th ed. – Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2001. – 476 с.

### **2. Дополнительная литература**

1. Baker, P. Discourse analysis and media attitudes: the representation of Islam in the British press / P. Baker, C. Gabrielatos, T. McEnery. – Cambridge [etc.]: Cambridge University Press, 2013. – 280 с.
2. Coleman, S. The media and the public: "them" and "us" in media discourse / S. Coleman, K. Ross. – Chichester: Wiley-Blackwell, 2010. – 188 с.
3. Leighley, J. E. Mass media and politics: a social science perspective / J. E. Leighley. – Boston; New York: Houghton Mifflin Company, 2004.

4. Simonson, P. Refiguring mass communication: a history / P. Simonson. – Urbana; Chicago; Springfield: University of Illinois Press, 2010. – 261 с.
5. Sparks, C. Globalization, development and the mass media / C. Sparks. – Los Angeles [etc.]: SAGE Publications, 2007. – 258 с.
6. Turow, J. Media today: mass communication in a converging world / J. Turow. – 6th ed. – London; New York: Routledge, 2017. – 445 с.
7. Zappavigna, M. Discourse of Twitter and social media / M. Zappavigna. – London; New York: Continuum, 2012. – 227 с.

### 3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

### 4. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
	<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>	
1.	Электронно-библиотечная система Юрайт	URL: <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
	<i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i>	
1.	Открытое образование	URL: <a href="https://openedu.ru/">https://openedu.ru/</a>

### 5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены ПЭВМ, с возможностью подключения к сети Интернет и

доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ.