

**Программа учебной дисциплины
«Научно-исследовательский семинар»**

Утверждена
Академическим советом ОП
Протокол № от __.__.20__

Разработчик	Ним Е.Г., к.социол.н., доцент департамента медиа, enim@hse.ru Петрова Е.В., к.филол.н., доцент департамента медиа, evpetrova@hse.ru Дмитриева О.А., преподаватель департамента медиа, zelenolga@gmail.com Лапина-Кратасюк Е.Г., канд. культурологии, доцент департамента медиа, elapinakratasyuk@hse.ru Бурцев Юрий Аркадьевич, преподаватель департамента медиа, y_burtsev@mail.ru Гринчева Наталья Михайловна, PhD, доцент департамента медиа, ngrincheva@hse.ru Колозариди П.В., к. социол.н, преподаватель департамента медиа, poli.kolozaridi@gmail.com Габов К.И., преподаватель департамента медиа, knstntn.gabov@gmail.com
Число кредитов	5
Контактная работа (час.)	96
Самостоятельная работа (час.)	94
Образовательная программа	Медиакоммуникации
Курс	3 курс
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

1. Цель, результаты освоения дисциплины и пререквизиты

Целями освоения дисциплины «Научно-исследовательский семинар» являются:

- ознакомить студентов с требованиями к курсовой работе по специальности «Медиакоммуникации»;
- 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.

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, 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 научных исследований при разработке медиапроектов.

владеть

- навыками работы в базах данных российской и зарубежной научной периодики;
- навыками командной работы при выполнении исследовательских задач;
- навыками представления проекта и результатов исследования, полученных с помощью того или иного метода.

Изучение дисциплины «Научно-исследовательский семинар» базируется на следующих дисциплинах: «Философия», «Социология», «Теория массовых коммуникаций»

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 дисциплины медиамаркетинг, написания междисциплинарной курсовой работы, выпускной квалификационной работы.

2. Содержание учебной дисциплины

Тема (раздел дисциплины)	Объем в часах	Планируемые результаты обучения (ПРО), подлежащие контролю	Формы контроля
	сем		
	с/р		
<i>1 модуль</i> «Исследования медиаиндустрии»			
<i>Раздел 1. Исследования авторов</i>			
Тема 1. Специфика биографического подхода. Основные направления исследований	4	Определяет базовые подходы к пониманию биографического материала	Индивидуальное задание
Тема 2. Биографии и медиа: исследовательский ракурс	8	Анализирует специфику профессиональных биографий в медийной среде	Командное задание
<i>Раздел 2. Исследования медиаорганизаций</i>			
Тема 1. Медиаорганизации как объект исследования	4	Различает базовые подходы к исследованию медиаорганизаций и принципы разработки методологии исследования	Формулировка темы, актуальности, проблемы и цели исследования медиаорганизации
Тема 2. Интервью в исследованиях медиаорганизаций	4	Разрабатывает гайд для исследования медиаорганизации	Гайд — 10 исследовательских вопросов
Тема 3. Способы проведения опосредованного интервью	2	Адаптирует инструментарий в зависимости от способа проведения интервью	Сценарий проведения интервью, 30 уточняющих вопросов для гайда
Тема 4. Функции пилотажа исследования	2	Анализирует результаты пилотного интервью. Корректирует дизайн исследования и инструментарий.	Отчет по итогам проведения пилотного интервью: оценка проработанности гайда и влияния способа проведения интервью на результаты.
<i>2 модуль</i> «Исследования медиаформ»			
Раздел 3. Анализ киноязыка			
Раздел 4. Анализ трансмедиа			

<i>3 модуль</i>			
«Исследования медиакультуры»			
Раздел 5. Исследования медиатизации			
Раздел 6. Анализ и визуализация больших данных			
<i>4 модуль</i>			
«Исследования медиаплатформ»			
Раздел 7. Исследования любительских медиа			
Раздел 8. Исследования платформ			
Часов по видам учебных занятий:	96		
	94		
Итого часов:	190		

Формы учебных занятий:

см - семинары/ практические занятия/ лабораторные работы в аудитории;
 ср – самостоятельная работа студента.

Содержание разделов дисциплины:

1 модуль: «Исследования медиаиндустрии»

Раздел 1. Исследования авторов

Тема 1. Основы биографического подхода. Особенности биографических исследований в разных странах. Российский исследовательский опыт в этом направлении. Обзор основных работ

Тема 2. Биографии в медиа: исследовательский ракурс. Разбор примеров работ в этом направлении. Моделирование различных исследовательских дизайнов. Обсуждение результатов исследований.

Раздел 2. Исследования медиаорганизаций

Тема 1. Медиаорганизации как объект исследования

Определение границ исследовательской области, специфика объекта в исследованиях медиаорганизаций, выбор методов исследования. Практика в выборе темы для исследования, формулировании актуальности, проблемы и цели.

Тема 2. Интервью в исследованиях медиаорганизаций

Возможности и ограничения интервью как метода исследования. Разработка гайда для полуструктурированного интервью по выбранной теме.

Тема 3. Способы проведения опосредованного интервью

Выбор способа коммуникации (видео, аудио, текст) для проведения опосредованного интервью в исследовании медиаорганизации. Адаптация исследовательского инструментария под способ опосредования. Разработка сценария проведения интервью.

Тема 4. Функции пилотажа исследования

Проведение интервью и анализ содержательного аспекта, оценка качества составленного гайда, анализ влияния способа проведения интервью на результат исследования.

2 модуль: «Исследования медиаформ»

Раздел 3. Анализ киноязыка

Раздел 4. Анализ трансмедиа

3 модуль: «Исследования медиакультуры»

Раздел 5. Исследования медиатизации

Раздел 6. Анализ и визуализация больших данных

4 модуль: «Исследования медиаплатформ»

Раздел 7. Исследования любительских медиа

Раздел 8. Исследования платформ

3. Оценивание

Промежуточная форма контроля в каждом модуле – экзамен. Экзаменационная оценка выставляется по итогам текущего контроля, экзамен как отдельный элемент контроля не проводится.

Итоговой оценкой за курс, выставляемой в диплом, является усредненная оценка за два года изучения Научно-исследовательского семинара:

$$O_{\text{результ}} = (O_{1г} + O_{2г}) / 2, \text{ где}$$

$O_{1г}$ – оценка за первый год обучения (три модуля), рассчитываемая по формуле $(O_{2экз} + O_{3экз} + O_{4экз}) / 3$

$O_{2г}$ – оценка за второй год обучения (четыре модуля), рассчитываемая по формуле $(O_{1экз} + O_{2экз} + O_{3экз} + O_{4экз}) / 4$

Оценка за 1 модуль рассчитывается по следующей формуле:

$$O_{итог} = (O_{п} * 0,2 + O_{к} * 0,2 + O_{и} * 0,1) + (O_{сем} * 0,05 + O_{з1} * 0,15 + O_{з2} * 0,15 + O_{з3} * 0,15)$$

Где:

Оценки за Раздел 1. «Исследования авторов»:

$O_{п}$ — оценка за посещаемость в рамках раздела (по 10-балльной шкале)

$O_{к}$ — оценка за командное задание (по 10-балльной шкале)

$O_{и}$ — оценка за индивидуальное задание (по 10-балльной шкале)

Оценки за Раздел 2. «Исследования медиаорганизаций»

$O_{сем}$ — оценка за участие в семинарах (по 10-балльной шкале)

$O_{з1}$ — оценка за задание 1 «Разработка гайда для интервью по выбранной теме» (по 10-балльной шкале)

$O_{з2}$ — оценка за задание 2 «Адаптация гайда к способу проведения интервью» (по 10-балльной шкале)

$O_{з3}$ — оценка за задание 3 «Пилотаж гайда и анализ полученного результата» (по 10-балльной шкале)

Блокирующие элементы не предусмотрены.

Оценка за 2 модуль рассчитывается по следующей формуле:

Оценка за 3 модуль рассчитывается по следующей формуле:

Оценка за 4 модуль рассчитывается по следующей формуле:

4. Примеры оценочных средств

1 модуль: «Исследования медиаиндустрии»

Блокирующие элементы не предусмотрены.

Раздел 1. Исследования авторов

Задание И1 представляет собой написание автобиографии (студент может выбрать любой стиль). Оценивается без градации (выполнил/не выполнил).

Задание К1: Группой студентов формируются основные параметры мини-исследования в биографическом подходе. Выполняется сбор эмпирической базы и ее анализ. Критерии оценивания:

- Актуальность темы
- Обоснованность теоретической базы и исследовательского аппарата
- Объем и качество эмпирической базы
- Релевантность и ценность выводов мини-исследования

Раздел 2. Исследования медиаорганизаций

Финальное задание — проведение интервью разбито на три части (выполняется в группах до 5 человек).

Критерии оценивания:

Задание 1: гайд сдаётся в письменном виде, оценивается полнота раскрытия темы, логика и структура гайда, соответствие вопросов гайда цели и проблеме исследования.

Задание 2: адаптированный гайд сдаётся в письменном виде. Оценивается список дополнительных и уточняющих вопросов, разработка сценария проведения интервью.

Задание 3: отчёт сдаётся в письменном виде. Оценивается анализ содержательной части ответов, анализ гайда, наблюдения об особенностях способа проведения интервью.

Сроки выполнения заданий устанавливаются отдельно в каждой группе. Округление от 0,5 производится в пользу студента.

Каждое задание оценивается по десятибалльной шкале.

2 модуль: «Исследования медиаформ»

Раздел 3. Анализ киноязыка

Раздел 4. Анализ трансмедиа

3 модуль: «Исследования медиакультуры»

Раздел 5. Исследования медиатизации

Раздел 6. Анализ и визуализация больших данных

4 модуль: «Исследования медиаплатформ»

Раздел 7. Исследования любительских медиа

Раздел 8. Исследования платформ

5. Ресурсы

5.1. Рекомендуемая основная литература

5.2. Рекомендуемая дополнительная литература

1 модуль: Исследования медиаиндустрии

Основная литература:

1. Петрова Е. В., Борисова А. А. О специфике профессиональных траекторий в сфере Интернет-рекламы: на материале биографий представителей сегмента digital-агентств // Информационное общество. 2018. № 6. С. 61-69. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37299491> — ЭБС elibrary
2. Попова И.П. «Поворотные пункты» в биографии и профессиональные карьеры специалистов // Социологические исследования. 2011. № 4. С. 81–91. Открытый доступ на сайте ВШЭ: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/09/03/1267440471/Popova.pdf>
3. Романов П. В., Ярская-Смирнова Е. Р. П. Романов, Е. Ярская-Смирнова. Социология профессий: аналитические перспективы и методология исследований.

- М.: Вариант, 2015. 234 с. Открытый доступ на сайте ВШЭ:
<https://publications.hse.ru/books/150616141>
4. Сосновская А.М. Журналист: личность и профессионал (психология идентичности). СПб.: Роза мира, 2005. 206 с. Открытый доступ на сайте:
<http://ecsocman.hse.ru/text/19210861/>
 5. Шариков А.В., Черкасова М.В. Топ-менеджеры ведущих СМИ России: социально-демографический портрет сообщества. Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Том 23 № 3 312—322. Режим доступа:
<http://journals.rudn.ru/literary-criticism>
 6. Bossio D. Journalism and Social Media. [S.l.]: Springer International PU, 2018. Режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-65472-0> — ЭБС SpringerLink
 7. Järventie-Thesleff R., Moisander J., Villi M. The Strategic Challenge of Continuous Change in Multi-Platform Media Organizations—A Strategy-as-Practice Perspective // International Journal on Media Management. 2014. Т. 16. № 3-4. С. 123-138. Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14241277.2014.919920> — ЭБС Taylor & Francis Online
 8. Porlezza C., Splendore S. Accountability and Transparency of Entrepreneurial Journalism // Journalism Practice. 2016. Т. 10. № 2. С. 196-216. Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2015.1124731> — ЭБС Taylor & Francis Online
 9. Wagemans A., Witschge T., Deuze M. Ideology as Resource in Entrepreneurial Journalism // Journalism Practice. 2016. Т. 10. № 2. С. 160-177. Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2015.1124732> — ЭБС Taylor & Francis Online

Дополнительная литература:

1. Варганова Е. Основы медиабизнеса. Москва: Аспект Пресс, 2012.
2. Квале С. Исследовательское интервью. Москва: Смысл, 2003.
3. Cottle S. Media Organization and Production. London: Sage Publications, 2012. Режим доступа: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=254814> ЭБС ProQuest Ebook Central

2 модуль: Исследования медиаформ

Основная литература:

Дополнительная литература:

3 модуль: Исследования медиакультуры

Основная литература:

Дополнительная литература:

4 модуль: Исследования медиаплатформ

Основная литература:

Дополнительная литература:

5.3. Программное обеспечение

№п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	Из внутренней сети университета (договор)
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	Из внутренней сети университета (договор)
3.	Apple Mac OS	Свободное лицензионное соглашение
4.	Microsoft Office Professional Plus 2016	Свободное лицензионное соглашение
5.	Eset Nod32	Из внутренней сети университета (договор)

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

№п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1	Sage Journals Online URL: https://journals.sagepub.com	Из внутренней сети университета (договор)
2	Taylor & Francis Online URL: https://www.tandfonline.com	Из внутренней сети университета (договор)
3	eLIBRARY.RU URL: elibrary.ru	Из внутренней сети университета (договор)
	ЭБС SpringerLink URL: https://link.springer.com/	Из внутренней сети университета (договор)

5.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

- персональный компьютер с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы и др.);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением;
- звуковое оборудование.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены персональными компьютерами с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ, оборудованными вышеперечисленным ПО.

6. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

6.1.1. *для лиц с нарушениями зрения:* в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

6.1.2. *для лиц с нарушениями слуха:* в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

6.1.3. *для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:* в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.