

**Программа учебной дисциплины
«Анализ медиарынков и медийных организаций»**

Утверждена
Руководителем департамента медиа
Протокол №32 от 28.08.2019

Разработчики	Давыдов Сергей Геннадьевич, доцент, департамент медиа Лапина-Кратасюк Екатерина Георгиевна, доцент, департамент медиа Вербилевич Ольга Евгеньевна, преподаватель, департамент медиа
Число кредитов	5
Контактная работа (час.)	76
Самостоятельная работа (час.)	114
Курс, образовательная программа	3 курс бакалавриата, майнор «Междисциплинарные исследования медиа»
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

1. Цель, результаты освоения дисциплины и пререквизиты

Основными **целями** освоения дисциплины «Анализ медиарынков и медийных организаций»:

- формирование у обучающихся общего представления о современных медиасистемах и медиарынках России и зарубежных стран;
- ознакомление с основными методами изучения медиасистем, медиарынков, медийных профессий и медийных организаций;
- овладение навыками реализации исследовательских проектов в области анализа медиарынков и медийных организаций, включая разработку программы исследования, организацию и проведение полевых работ, анализ и презентацию результатов исследования.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия теории медиа, связанные с предметом дисциплины;
- основные постулаты этики исследовательской работы.

уметь:

- разрабатывать программы междисциплинарных исследований в предметной области дисциплины;

- анализировать документацию медиаорганизаций;
- проводить экспертные интервью.

владеть:

- методами проведения исследований в области media & cultural studies;
- навыками презентации результатов эмпирических исследований.

Изучение дисциплины “Анализ медиарынков и медийных организаций” базируется на дисциплине “Социология”.

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

- иметь навыки работы с учебной литературой по гуманитарным и общественным наукам;
- владеть основными навыками работы с компьютером;
- владеть навыками чтения литературы на иностранном языке.

2. Содержание учебной дисциплины

Тема (раздел дисциплины)	Объем в часах	Планируемые результаты обучения (ПРО), подлежащие контролю	Формы контроля
	лк		
	см		
	ср		
Тема 1. Медиасистема. Медиафера. Медиарынок	4	Владеет основными понятиями дисциплины, умеет ими пользоваться.	Дискуссия на семинаре.
	2		
Тема 2. Медиаиндексы и их построение	4	Знает основные международные и российские индексы в сфере медиа и коммуникаций, а также принципы их построения	Дискуссия на семинаре. Практическое задание на составление медиаиндекса.
	4		
Тема 3. Этнографические методы исследований	4	Понимает возможности этнографического	Дискуссия на семинаре, работа

медиаорганизаций: возможности и ограничения	6	метода в исследованиях медиаорганизаций, может привести примеры актуальных исследований и обсудить их результаты	с исследовательски ми отчетами и статьями
Тема 4. Исследования информационной грамотности и цифровой культуры	4	Имеет представление об элементах информационной грамотности и цифровой культуры, а также показателях их измерения	Дискуссия на семинаре.
	6		
Тема 5. Исследования профессий в медиа и их трансформации	4	Знает основные теоретические парадигмы исследований профессий, понимает ключевые экономические и социокультурные тенденции развития поля профессий в медиа	Дискуссия на семинарах, поиск информации о “новых” и “вымирающих” профессиях в медиа с последующим обсуждением в мини-группах
	4		
Тема 6. Исследования экспертных групп в медиа: методология, этические аспекты, подготовка материалов	4	Понимание специфики исследования медиаорганизаций, методологии экспертного интервью и этики научного исследования	Опрос на семинаре по теоретической литературе. Изучение кейсов
	4		
Тема 7. Проблемы изучения медиаорганизаций: мультимедийные редакции	4	выявление и анализ структуры мультимедийной редакции, распределения ролей. Знание основных факторов, влияющих на работу мультимедийной редакции	Дискуссия на семинаре, формирование предварительного опросного листа
	6		

		(законодательство, конкуренты и т.п)	
Тема 8. Transmedia storytelling: анализ работы медиаорганизации в процессе создания мультиплатформенного проекта	4	Знания различий между понятиями “трансмедиа”, “кросс медиа”, “мультимедиа”. знание основных продюсерских стратегий производства трансмедийных проектов	дискуссия по теоретической литературе, мозговой штурм, презентации с дизайном исследования
	12		
Часов по видам учебных занятий:	32		
	44		
Итого часов:	76		

Формы учебных занятий:

лк – лекции в аудитории;

см - семинары/ практические занятия/ лабораторные работы в аудитории;

ср – самостоятельная работа студента.

Содержание разделов дисциплины:

Тема 1. Медиасистема. Медиафера. Медиарынок

Понятие медиасистемы. Нормативные теории медиа. Основные элементы медиасистемы. Подходы к изучению медиасистем.

Медиафера как элемент ноосферы. Концепция медиаферы у Р. Дебрэ.

Понятие медиарынка. Особенности медиарынков. Медиарынки в контексте теории отраслевых рынков. Основные направления изучения медиарынков.

Тема 2. Медиаиндексы и их построение

Основные принципы и особенности построения индексов в сфере медиа.

"Индикаторы развития СМИ: рамка для оценки развития медиа" ЮНЕСКО: задачи и структура. Международные индексы развития СМИ и их критика.

Российский опыт создания регионального медиаиндекса: MS-Индекс Фонда медиастандарт и Группы ЦИРКОН.

Тема 3. Этнографические методы исследований медиаорганизаций: возможности и ограничения

Основные принципы этнографического метода. Стратегии и ключевые этапы этнографического исследования. Репертуар методов этнографии, их возможности и ограничения. Роль исследователя и этика наблюдений. Примеры исследований российских и зарубежных медиаорганизаций в этнографической традиции.

Тема 4. Исследования информационной грамотности и цифровой культуры

Понятия информационной грамотности, медиаграмотности, цифровой грамотности. Концепт медиа и информационной грамотности. “Цифровая грамотность” Пола Гилстера (1997). Международный опыт исследований информационной грамотности и цифровой культуры. Индекс цифровой грамотности в регионах России (РОЦИТ / НИУ ВШЭ): структура, методика построения, основные результаты исследования.

Тема 5. Исследования профессий в медиа и их трансформации

Основные характеристики современного поля профессий в медиа. “Стареющие” и “новые” профессии в медиасфере. Базовые теоретические парадигмы исследования профессий и их аналитический потенциал в изучении современных трансформаций поля. Функционализм и экологический подход Э.Хьюза. М.Вебер и неовеберизм. Исследования профессий в медиа с использованием теории социального поля П.Бурдьё. Современная критика традиционных подходов к исследованию профессий.

Тема 6. Исследования экспертных групп в медиа: методология, этические аспекты, подготовка материалов

Место исследований медиаорганизаций и медиаиндустрий в трехчастной системе “исследования медиатекстов”, исследования аудиторий”, исследования медиаорганизаций.

Основные проблемы изучения экспертных групп в медиа. Этика экспертных интервью. Методология экспертных интервью

Тема 7. Проблемы изучения медиаорганизаций: мультимедийные редакции

Понятие “мультимедийной редакции”, распределение обязанностей и компетенций. Проблемы функционирования и изучения мультимедийных редакций.

Тема 8. Transmedia storytelling: создание и анализ мультиплатформенного проекта

Понятия “трансмедийного сторителлинга” и мультиплатформенного проекта, создаваемого мультимедийной редакцией. Формирование дизайна исследования мультимедийной редакции.

3. Оценивание

В ходе обучения предусмотрены следующие формы контроля по учебной дисциплине: работа на семинарских занятиях, домашнее задание, экзамен.

Для расчета итоговой оценки по дисциплине используется следующая формула:

$$O_{и} = 0,3*O_{рсз} + 0,1*O_{дз1} + 0,1*O_{дз2} + 0,1*O_{дз3} + 0,1*O_{дз4} + 0,3*O_{экз} + Б,$$

где:

- $O_{и}$ - итоговая оценка;
- $O_{рсз}$ - оценка за работу на семинарских занятиях;
- $O_{дз1}$ - оценка за первое домашнее задание;
- $O_{дз2}$ - оценка за второе домашнее задание;
- $O_{дз3}$ - оценка за третье домашнее задание;
- $O_{дз4}$ - оценка за четвертое домашнее задание;
- $O_{экз}$ - оценка за экзамен;
- Б - дополнительный балл студентам, особо отличившимся в процессе занятий.

Экзамен проводится в форме защиты групповых студенческих исследовательских проектов по тематике курса.

4. Примеры оценочных средств

Программа **не** предусматривает наличие блокирующих элементов оценки и элементов, не подлежащих передаче.

Пример домашнего задания: подготовка программы исследования по тематике курса с указанием проблемы исследования, объекта, предмета, цели, задач, методов исследования и др.

5. Ресурсы

5.1. Рекомендуемая основная литература

№п/п	Наименование
1	Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: Аспект пресс, 2003.
2	Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – М.: Международный университет, 2009.
3	Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Омега-Л, 2012.
4	Malmelin N, Villi M. Media work in change: Understanding the role of media professionals in times of digital transformation and convergence. Sociology Compass. 2017: 11(7). URL: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sih&AN=12390968&site=eds-live . ЭБС ProQuest Ebook Central

5.2. Рекомендуемая дополнительная литература

№п/п	Наименование
1	Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. – М.: Аспект пресс, 2009.
2	Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. – М.: Аспект пресс, 2010.
3	Черных А.И. Мир современных медиа. – М.: Территория будущего, 2007.
4	Шереметьева П.Р. Профессия журналиста в эпоху цифровых технологий на примере Франции. Modern Research of Social Problems. 2014;(7):1. URL: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=116639588&site=eds-live . ЭБС ProQuest Ebook Central

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	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
3.	Apple Mac OS	<i>Свободное лицензионное соглашение</i>
4.	Microsoft Office Professional Plus 2016	<i>Свободное лицензионное соглашение</i>
5.	Eset Nod32	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

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

№п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
-------------	---------------------	-----------------------------------

1	Электронные ресурсы библиотеки НИУ ВШЭ	Режим доступа: https://library.hse.ru/e-resources , из внутренней сети университета, либо на основании читательского билета библиотеки университета.
---	--	---

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.