

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное учреждение

высшего профессионального образования

"Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Татарский Да



20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Методология и методика медиаисследований Б1.Б.1

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Отраслевое и тематическое телевидение

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Дорошук Е.С.

Рецензент(ы):

Гарифуллин В.З.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Дорошук Е. С.

Протокол заседания кафедры № ____ от "____" 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК № ____ от "____" 201__ г

Регистрационный № 941828616

Казань

2016

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Дорошук Е.С. Кафедра теории и практики электронных средств массовой информации Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций , Leona31@yandex.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Методология и методика медиаисследований" являются:

- знакомство с основными концепциями и подходами исследования различных аспектов современных медиасистем;
- знакомство с методологией и методикой научных и прикладных исследований в области масс-медиа;
- освоение основных методов проведения медиаисследований в процессе подготовки магистерской диссертации и дальнейшей профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.Б.1 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.04.02 Журналистика и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 1 курсе, 1 семестре.

Дисциплина М1.Б.2 "Методология и методика медиаисследований" включена в общенациональный цикл и относится к базовой части. Осваивается на первом курсе магистратуры (9 семестр).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-3 (общекультурные компетенции)	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОПК-8 (профессиональные компетенции)	готовностью к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способностью выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся отечественный и зарубежный опыт в данной области
ПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования
ПК-6 (профессиональные компетенции)	способностью выявлять актуальные для науки и практики проблемы медиаисследований, эффективно использовать имеющийся отечественный и зарубежный опыт
ПК-7 (профессиональные компетенции)	готовностью к самостоятельной научно-исследовательской деятельности в медиасфере, способностью выполнять медиаисследования (обоснование актуальности исследования, разработка методологии, программы, методики, анализ результатов и их презентация)

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

Методологию и методику изучения системы средств массовой информации и основные подходы к изучению различных аспектов современных СМИ в России и за рубежом, включая все требования к формулировке научного аппарата исследования, критерии оценки его результатов и спектр методов исследования

2. должен уметь:

Применять полученные знания в процессе разработки/планирования и проведения научных исследований в ходе подготовки магистерской диссертации.

3. должен владеть:

Навыками обобщения полученных знаний, а также изложения этих знаний в письменной и устной форме для компетентного представления результатов проведенного исследования.

Демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике.

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 1 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие медиаисследований. Медиа как средства коммуникации.	1	1,2	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Исторические особенности развития медиаисследований: этапы и специфика	1	3-4	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Методология медиаисследования: структурно-функциональный, системный, комплексный подходы		5-8	6	2	0	творческое задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Разработка плана медиаисследования: ключевые моменты и специфика применения различных подходов	1	9-12	4	4	0	творческое задание
5.	Тема 5. Медиаметрия как анализ аудитории и ее оценка.	1	13-14	2	2	0	творческое задание
6.	Тема 6. Маркетинговые исследования в структуре медиаисследований: типы, виды, специфика, особенности разработки и проведения маркетинговых кампаний.	1	15-16	2	2	0	творческое задание
7.	Тема 7. Разработка и представление программы магистерского исследования	1	17-18	0	4	0	презентация
8.	Тема 8. Экзамен	1	18	0	0	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	1		0	0	0	экзамен
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие медиаисследований. Медиа как средства коммуникации.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие медиаисследований. Медиа как средства коммуникации: символичность, тиражность, дистанцированность, континуальность, дискретность как свойства массовой коммуникации и медиа. Виды и типы медиа. Их особенности. Медиаисследования: специфические задачи и цели, виды.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Студенты готовят мини-интервью по вопросам лекции.

Тема 2. Исторические особенности развития медиаисследований: этапы и специфика

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Исторические особенности развития медиаисследований: этапы и специфика. Аудиометрия, исследовательские компании, мониторинг. Аудитория медиаисследований. Технология и техника медиаисследований.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Студенты выполняют лабораторную работу: "Планирование медиаисследования: изучение аудитории".

Тема 3. Методология медиаисследования: структурно-функциональный, системный, комплексный подходы

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Методология медиаисследования: структурно-функциональный, системный, комплексный подходы. Структурно-функциональный подход как основа медиаисследования. Специфика оценки результатов и способы представления материалов исследования с позиций структуры. Системный подход и его особенности. Система как совокупность элементов. Строение системы, взаимодействие и признаки. Комплексный подход, его специфика, методы и способы анализа и представления результатов исследования. Моделирование. Теории культивации, медиаэффектов, диффузии инноваций.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Студенты выполняют лабораторную работу: "Гипотеза научного исследования"

Тема 4. Разработка плана медиаисследования: ключевые моменты и специфика применения различных подходов

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Разработка плана медиаисследования: ключевые моменты и специфика применения различных подходов. Типы и виды медиаисследования, цели и задачи. Этапы медиаисследования. Проблема и тема исследования, обоснование актуальности и определение круга источников, планирование, разработка диагностических материалов, проведение исследования, обработка полученных результатов, анализ данных.

Представление результатов исследования: формы и жанры. Специфика научной статьи, научного очерка, научного доклада, научного реферата.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Студенты выполняют лабораторную работу: "Подготовка научного доклада"

Тема 5. Медиаметрия как анализ аудитории и ее оценка.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Медиаметрия как анализ аудитории и ее оценка. Понятие аудитории масс-медиа, ее типы и основные характеристики. Качественный и количественный анализ аудитории. Особенности аудитории печатных СМИ, радио и телевидения. Специфика изучения аудитории интернет-СМИ. Методы измерения аудитории различных средств массовой информации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Студенты делают обзор представленных в различных источниках крупных исследовательских проектов по изучению аудитории СМИ.

Тема 6. Маркетинговые исследования в структуре медиаисследований: типы, виды, специфика, особенности разработки и проведения маркетинговых кампаний.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Маркетинговые исследования в структуре медиаисследований: типы, виды, специфика, особенности разработки и проведения маркетинговых кампаний. Особенности медиарынков и медиапродуктов: анализ ресурсов, затрат, понятие медиауслуги. Стратегия медиакампании на информационном рынке медиауслуг. Реклама как основное средство маркетинга, ее специфика и принципы изучения. Виды и типы исследований рекламы, методика проведения.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Студенты разрабатывают стратегию медакампании.

Тема 7. Разработка и представление программы магистерского исследования

практическое занятие (4 часа(ов)):

Разработка и представление программы магистерского исследования. Разработка научного аппарата работы, выбор подхода, обозначение проблемы, выбор методов и методики медиаисследования. Представление промежуточных результатов в виде научной статьи и формирование сборника научных статей/научного интернет-журнала

Тема 8. Экзамен

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Понятие медиаисследований. Медиа как средства коммуникации.	1	1,2	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
2.	Тема 2. Исторические особенности развития медиаисследований: этапы и специфика	1	3-4	подготовка к устному опросу	2	устный опрос
3.	Тема 3. Методология медиаисследования: структурно-функциональный, системный, комплексный подходы		5-8	подготовка к творческому экзамену	12	творческое задание
4.	Тема 4. Разработка плана медиаисследования: ключевые моменты и специфика применения различных подходов	1	9-12	подготовка к творческому экзамену	12	творческое задание
5.	Тема 5. Медиаметрия как анализ аудитории и ее оценка.	1	13-14	подготовка к творческому экзамену	2	творческое задание
6.	Тема 6. Маркетинговые исследования в структуре медиаисследований: типы, виды, специфика, особенности разработки и проведения маркетинговых кампаний.	1	15-16	подготовка к творческому экзамену	6	творческое задание
7.	Тема 7. Разработка и представление программы магистерского исследования	1	17-18	подготовка к презентации	6	презентация
	Итого				45	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Методология и методика медиаисследований" предполагает использование таких традиционных образовательных технологий как лекция и семинар. Для выполнения самостоятельных заданий и представления результатов работы на практических занятиях студентам предлагаются мультимедийные технологии, предполагающие использование фото-, аудио- и видеоматериалов по предложенной тематике.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Понятие медиаисследований. Медиа как средства коммуникации.

устный опрос , примерные вопросы:

Студенты прорабатывают материалы лекции и участвуют в блиц-опросе.

Тема 2. Исторические особенности развития медиаисследований: этапы и специфика

устный опрос , примерные вопросы:

Студенты прорабатывают материалы лекции и участвуют в блиц-опросе.

Тема 3. Методология медиаисследования: структурно-функциональный, системный, комплексный подходы

творческое задание , примерные вопросы:

Студенты определяют тему, проблему и противоречия, лежащие в основе определения объекта и предмета авторского исследования.

Тема 4. Разработка плана медиаисследования: ключевые моменты и специфика применения различных подходов

творческое задание , примерные вопросы:

Студенты определяют тему научной статьи и разрабатывают ее программу, предмет и план.

Тема 5. Медиаметрия как анализ аудитории и ее оценка.

творческое задание , примерные вопросы:

Студенты готовят научные доклады на предложенные темы: 1. Психологика частных и сводных методов научного исследования в области журналистики. 2. Дискурсивные методы в научном исследовании журналистики. 3. Абстрагирование в системе научного анализа в журналистской науке. 4. Аналогия как метод научного исследования в области журналистики. 5. Факторный и функциональный анализ как сводные методы исследования в журналистской науке. 6.

Моделирование - универсальный метод журналистского научного исследования. 7. Системный и комплексный подход в журналистском научном исследовании. 8. Кластерный анализ: условия, суть и типологические характеристики. 9. Структурный и типологический анализ в системе научного исследования в журналистике. 10. Метод классификации как результирующий метод научного исследования. 11. Историческая реконструкция как разновидность исторического метода научного исследования. 12. Сравнительно-исторический метод и историческая интуиция: взаимообусловленность и взаимодействие.

Тема 6. Маркетинговые исследования в структуре медиаисследований: типы, виды, специфика, особенности разработки и проведения маркетинговых кампаний.

творческое задание , примерные вопросы:

Студенты разрабатывают программу маркетингового исследования, определяют его границы, сроки и условия проведения.

Тема 7. Разработка и представление программы магистерского исследования

презентация , примерные вопросы:

На основе выполненных творческих работ и проведенных исследований студенты готовят презентацию программы магистерского исследования.

Тема 8. Экзамен

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Тематический план практических занятий по курсу "Методология и методика медиаисследований"

Практическое занятие ♦ 1 по теме: "Медиа как средства коммуникации". Знакомство с медиа разных видов и получение навыков работы по анализу деятельности каждого из них.

Практическое занятие ♦ 2 по теме: "Исторические особенности развития медиаисследований: этапы и специфика". Составление обзоров по истории развития медиаисследований.

Практические занятия ♦ 3 - 5 по теме: "Методология медиаисследования". Разработка pilotной программы медиаисследования и обсуждение его на семинаре.

Практическое занятие ♦ 6 по теме "Медиаметрия". Знакомство с различными методиками медиаметрии.

Практическое занятие ♦ 7 по теме "Маркетинговые исследования". Знакомство и освоение принципов и методик маркетингового исследования, проведение маркетингового анализа.

Практические занятия ♦ 8 - 9 по теме: "Разработка программы магистерского исследования".

Контрольные вопросы к экзамену

1. Медиа как технические средства коммуникации.
2. Медиаисследования и их цели.
3. Виды медиаисследований.
4. Этапы становления медиаисследований.
5. Особенности российского рынка медиаисследований.
6. Методология медиаисследований.
7. Структурно-функциональный подход к медиа.
8. Системный подход в медиаисследованиях.
9. Теории и концепции медиаисследования.
10. Этапы медиаисследования.
11. Первичное и вторичное исследования.
12. Качественные и количественные исследования.
13. Репрезентативность информации и ее надежность.
14. Гипотеза исследования и особенности ее формулирования.
15. Исследование медиапотребления.
16. Медиаконтент как ресурс медиапотребления.
17. Медиаметрия и ее типы.
18. Особенности изучения периодической печати.
19. Особенности изучения телевидения.
20. Особенности изучения радио.
21. Особенности изучения интернет-СМИ.
22. Аудитория СМИ и ее особенности.
23. Медиамаркетинг и его основные характеристики.
24. Медиарынок и маркетинговая стратегия медиакомпаний.
25. Особенности медиапродуктов.
26. Медиарекламные исследования как тип исследований.
27. Понятие "медиасреды" и ее сущностные характеристики.
28. Мониторинг распространения медиа.
29. Форсайт-проекты в медиа и их методы.
30. Этика и медиаисследование.

7.1. Основная литература:

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики : учебник. ? 8-е изд., испр. ? Москва : Аспект Пресс, 2012 . ? 349 с.

Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 488 с.: 60x84 1/16. - (Учебные издания для бакалавров). (переплет) ISBN 978-5-394-01185-6, 1500 экз.<http://znanium.com/bookread.php?book=329134>

Публицистический текст: Лингвистический анализ: Учебное пособие / О.В. Трофимова, Н.В. Кузнецова. - М.: Флинта: Наука, 2010. - 304 с.: 60x88 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9765-0931-3, 1000 экз.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=241757>

Колокольцева, Т. Н. Рекламный дискурс и рекламный текст [Электронный ресурс] : коллективная монография / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева. - М. : Флинта : Наука, 2011. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-1112-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037667-0 (Наука).// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406010>

7.2. Дополнительная литература:

Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т. Н. Персикова. - М.: Логос, 2011. - 224 с. - ISBN 978-5-98704-127-9.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469331>

Кайда, Л. Г. Композиционная поэтика публицистики [Электронный ресурс] : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Л. Г. Кайда. - 2-е изд., стереотип. - М.: Флинта : Наука, 2011. - 144 с. - ISBN 978-5-89349-888-2 (Флинта), ISBN 978-5-02-034762-5 (Наука).// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454007>

Кайда, Л. Г. Композиционная поэтика текста [Электронный ресурс] : монография / Л. Г. Кайда. - М. : Флинта : Наука, 2011. - 408 с. - ISBN 978-5-9765-0961-0 (Флинта), ISBN 978-5-02-037277-1 (Наука).// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=425782>

7.3. Интернет-ресурсы:

Исследовательская группа "Медиалогия" - <http://www.mlg.ru>

Сайт "Антропология и смежные науки" - <http://etnograf.ru>

Сайт Высшей школы журналистики СПбГУ - <http://rus.jf.spbu.ru>

Сайт Левада-центра - <http://www.levada.ru>

Сайт факультета журналистики МГУ - <http://www.journ.msu.ru>

Сайт ФОМ - <http://www.fom.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Методология и методика медиаисследований" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Лекционная аудитория с мультимедиапроектором, ноутбуком и экраном.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе Отраслевое и тематическое телевидение .

Автор(ы):

Дорошук Е.С. _____
"___" 201 ___ г.

Рецензент(ы):

Гарифуллин В.З. _____
"___" 201 ___ г.