

**Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова
Факультет журналистики**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики,
профессор Варганова Е.Л.



«14» января 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ В ИССЛЕДОВАНИЯХ СМИ**

Направление подготовки «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

АСПИРАНТУРА

Направленность/профиль «Журналистика»

42.06.01

Квалификация выпускника

Исследователь. Преподаватель-исследователь

Москва – 2019

ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ В ИССЛЕДОВАНИЯХ СМИ

Авторы:

Фомичева И.Д., доктор филологических наук, профессор, кафедра социологии массовых коммуникаций, факультет журналистики МГУ

Аннотация

Цель дисциплины «Подходы и методы в исследованиях СМИ» - помочь обучающимся в аспирантуре выбрать подходы и методы, адекватные объекту, предмету и задачам научного исследования, предусмотренного их аспирантской программой, и разработать проект его теоретико-методической концепции. Ставится также задача – способствовать формированию научного кругозора начинающих исследователей.

Курс знакомит с картиной усложняющегося знания о функционировании СМИ, дает представление о процессах дифференциации и интеграции гуманитарных и других наук при изучении данного объекта на теоретико-методологическом и методическом уровнях. Он носит межкафедральный характер, разделы курса читают представители различных кафедр факультета. Они раскрывают особенности различных подходов и методов в исследованиях СМИ (теоретико-журналистских, лингвистических, психологических, социологических, экономико-индустриальных, культурологических, исторических и др.). Показываются преимущества и ограничения количественных и качественных стратегий. Курс в целом дает также возможность продемонстрировать продуктивность междисциплинарного подхода, который соответствует современному уровню медиаисследований.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Подходы и методы в исследованиях СМИ» являются: формирование у обучающихся в аспирантуре представлений о системе наук, изучающих СМИ, особенностях их исследовательских подходов и используемых методов, междисциплинарных возможностях исследования СМИ.

Основные задачи: получение знаний, касающихся общей теории СМИ и теории «среднего уровня»; понимание принципов выбора теоретических рамок, методологии и методов, адекватных объекту, предмету и задачам исследования; формирование умения разрабатывать теоретико-методическую концепцию собственного исследования, предусмотренного аспирантской программой.

2. Место дисциплины в образовательной программе

Дисциплина «Подходы и методы в исследованиях СМИ» относится к вариативной части Образовательной программы аспирантуры по данному направлению. Она опирается на полученные в ходе освоения ООП бакалавриата и магистратуры по направлению «Журналистика» знания по теории, истории, социологии, психологии, экономике СМИ. Курс коррелируется с дисциплинами «Теория журналистики» (бакалавриат), «Теории массовой коммуникации», «Теория и практика медиаисследований» (магистратура), а также соотносится с курсами «Методология и практика качественных исследований массовых коммуникаций» и «СМИ в постклассической социологии» (аспирантура). Он координируется с последующим курсом аспирантуры «Программирование эмпирического исследования», научно-исследовательской работой (НИР) и практикой аспирантов.

Освоение данной дисциплины необходимо для эффективной подготовки выпускной квалификационной работы аспиранта (ВКР) научно-исследовательского характера.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины «Подходы и методы в исследованиях СМИ» направлен на формирование следующих *универсальных и общепрофессиональных* компетенций, предусмотренных Образовательным стандартом аспирантуры МГУ:

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1);

- способность проектировать и осуществлять исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения (УК-2).

- владение необходимой системой знаний об актуальных практиках и научных исследованиях, соответствующих профилю подготовки (ОПК-3);

- способность к эффективному применению современной методологии и методов исследования в самостоятельной научно-исследовательской деятельности, соответствующей профилю подготовки (ОПК-4).

В результате освоения дисциплины аспирант должен обладать следующими *профессиональными* компетенциями:

Знать: основные подходы к изучению СМИ в различных науках гуманитарного и социально-экономического циклов; представлять специфику применяемых методов;

Уметь: выбрать подход и методы для собственного исследования СМИ в соответствии с его целью и задачами, особенностями объекта и предмета изучения;

Владеть: способностью к критическому анализу имеющихся исследовательских подходов в различных научных дисциплинах, их возможностях.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з. е. (108 часов).

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Формы текущего контроля
1	Теория СМИ как комплексное междисциплинарное знание. Основные направления и объекты исследования.	
2	Теоретико-журналистские подходы и методы в исследованиях СМИ	
3	Социологические подходы и методы в исследованиях СМИ	
4	Психологические подходы и методы в исследованиях СМИ	
5	Экономические подходы и методы в исследованиях СМИ	
6	Историографические подходы и методы в исследованиях СМИ	
7	Культурологические и литературоведческие подходы и методы в исследованиях художественного контента СМИ.	
8	Исследования языка СМИ	
9	Исследования текстов СМИ - качественные методы (на примере печатных СМИ)	
10	Исследования текстов СМИ - количественные методы	
11	Дискурс-анализ в исследованиях СМИ	
12	Аудиторные медиаметрические	

	исследования в СМИ	
13	Исследования рекламы и связей с общественностью в СМИ	
14	Работа с источниками в исследованиях СМИ	
15-16	Подготовка реферата с выбором подхода и метода в собственном исследовании по профилю аспирантской программы	Зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

№ пп	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Теория СМИ как комплексное междисциплинарное знание. Основные объекты исследования.	<p>Научное исследование, его специфика. Научные дисциплины, посвященные СМИ. Множественность подходов к изучению СМИ.</p> <p>Теоретические и эмпирические исследования.</p> <p>Журналистика и массовая коммуникация как объекты гуманитарного и социального знания. СМИ как социальный институт и экономический субъект. СМИ как культурный феномен.</p> <p>Формула коммуникации Г. Лассуэлла: основные объекты и направления исследований.</p>
2	Теоретико-журналистские подходы и методы в исследованиях СМИ	<p>Основные источники формирования теории СМИ (Д. МакКуэйл).</p> <p>СМИ как институты, журналистика как вид деятельности, журналистское творчество как процесс - в фокусе теории журналистики.</p> <p>Интеграция и дифференциация научных дисциплин в теории журналистики. Гуманитарная и социально-экономическая традиции, место теории журналистики в современной науке.</p> <p>Специфика истории и современного состояния исследований различных средств массовой информации - печати, телевидения, радио, интернет-СМИ.</p>
3	Социологические подходы и методы в исследованиях СМИ	<p>Массовая коммуникация как центральное понятие социологических исследований СМИ. Массовая информация как продукт профессионального и непрофессионального производства и распространения.</p> <p>Основные направления социологических исследований СМИ.</p> <p>Роли коммуникантов в процессе массовой информации и их перераспределение в условиях новых медиа.</p> <p>Частные социологические теории функционирования СМИ как методологическая основа эмпирических исследований (теории одно- и двухсторонней коммуникации, функций массовой коммуникации, взаимодействия массовой коммуникации и общественного мнения; двухступенчатого процесса информации, психологических барьеров в коммуникации, эффектов массовой коммуникации, культивации, стереотипов и др.).</p>
4	Психологические подходы и методы в исследованиях СМИ	<p>Многоаспектность психологического анализа функционирования СМИ.</p> <p>Формирование медиапсихологии. Медианалитика, медиатерапия и медиаобразование как основные направления прикладных исследований.</p> <p>Объекты медиааналитики: контент материалов и акций СМИ.</p> <p>Основные принципы медиапсихологических исследований: учет зависимости свойств психики от средств коммуникации, дополнительность коллективной и индивидуальной психики.</p>

5	Экономические подходы и методы в исследованиях СМИ	<p>Макро- и микроанализ экономической деятельности СМИ: отрасль и предприятие. Товары и услуги СМИ. Медиарынок и его участники. Двойственность рынка: услуги аудитории и услуги рекламодателям. Качественные методы исследований: SWOT, PESTEL, Case study, «анализ пяти сил» Портера и др. Количественные методы: медиаметрия, стандартные отраслевые обследования, компьютеризованный анализ контента рекламы в СМИ и др. Показатели экономической эффективности медиапредприятия.</p>
6	Историографические подходы и методы в исследованиях СМИ	<p>Особенности и актуальная проблематика исторического подхода к изучению СМИ. Принципы и методы историографического познания. Нарративные и дискриптивные методы. Историко-генетический, сравнительно-исторический, историко-типологический, историко-системный методы и их специфика. Основные источники исследований. Типы исследований журналистики: описательно-хронологический, проблемно-тематический, идеологический (выявление направления, позиции канала/издания/автора). Единицы исторического исследования.</p>
7	Культурологические и литературоведческие подходы и методы в исследованиях художественного контента СМИ	<p>Искусствоведческий и культурологический (в том числе литературоведческий) подходы к изучению художественного контента в СМИ. Комплексный характер культурологии. СМИ (печать, телевидение, радиовещание) как феномен культуры. Культуро-просветительские и культуро-формирующие функции СМИ. СМК и искусство, рост объема недокументального контента в СМИ. Эстетика как методологическая основа искусствоведения. Развитие неклассических подходов к исследованию художественного контента в СМИ. Единицы исследования: от фрагмента до потока текстов. Качественные и количественные методы изучения художественного контента. Исследования программной культурной политики вещателей, практики отбора произведений.</p>
8	Исследования языка СМИ	<p>Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Язык и текст: специфика объектов и методов исследования. Основные лингвистические подходы к исследованиям СМИ. Семантический, синтаксический и прагматический аспекты языка. Синхронный и диахронный (исторический) подходы Качественные и количественные стратегии исследований. Способы фиксации информации, паспортизация объектов наблюдения. Социолингвистика, психолингвистика. Изучение носителей языка. Особенности восприятия языковых средств представителями разных групп аудитории. Исследования особенностей языка разных средств массовой информации. Знаковые средства и их сочетания.</p>
9	Исследования текстов СМИ: качественная стратегия (на примере печатных СМИ)	<p>Лингвистика и текст, ее междисциплинарный характер. Текст как смысловое единство. Множественность подходов к анализу текстов. Гуманитарный, социально-экономический, культурологический и историографический подходы к медиатексту. Текстовые единицы анализа (от сообщения до блогволны). Специфика качественных методов изучения текстов СМИ. Текст как журналистское произведение. Текст как продукт общения коммуникантов и носитель их</p>

		качеств.
10	Исследования текстов СМИ - количественные методы	Специфика количественной стратегии исследования текстов СМИ. Изучение контента как потока и поля информации. Показатели единичные и множественные Частотный анализ как основа количественной стратегии. Статистика в изучении языка и текстов. Место контент-аналитических исследований в комплексном изучении СМИ.
11	Дискурс-анализ в исследованиях СМИ	Дискурс как отражение информационной политики канала/издания. Единица анализа, связь выбора единицы с предметом и целью исследования.
12	Аудиторные медиаметрические исследования в СМИ	Субъекты потребности в медиаметрической информации о печати, радио, телевидении, интернете. Научный и маркетинговый подходы. Организация медиаметрических (рейтинговых) исследований печатных изданий: многоступенчатая территориальная выборка, методы сбора информации. Основные центры исследований аудитории печати. Особенности медиаметрии печати в сравнении с медиаметрией радио, телевидения, интернета. Организация медиаметрических исследований радио и телевидения: многоступенчатая территориальная выборка, установочные исследования, ротация аудитории, методы сбора информации. Применение технических средств для фиксации характеристик потребления аудиовизуальной информации. Основные центры медиаметрических исследований радио и телевидения. Источники медиаметрической информации по радио и телевидению. Субъекты потребности в исследовательской информации об интернете. Необходимость сочетания он- и офлайн-исследований интернета. Индустриальные и специальные исследования. TNS и его проект Web-Index. Comcon-2 и его проект Web-Rating. Исследования проникновения интернета и предпочтений пользователей – ФОМ. Панельные исследования в интернете. Анализ пользовательского трафика.
13	Исследования рекламы и связей с общественностью в СМИ	Реклама и паблик рилейшнз (ПР) в СМИ. Экономический и социо-культурный аспекты исследований. Маркетинговый и теоретико-журналистский подходы. Взаимодействие рекламных и ПР-текстов с контентом СМИ. Основные объекты эмпирических исследований: контент рекламы и ПР, его создатели и заказчики, аудитория. Качественные и количественные исследования текстов рекламы и ПР. Единицы исследования: от слова до кампании.
14	Работа с источниками в исследованиях СМИ	Универсальные вспомогательные дисциплины: источниковедение, текстология, библиотекведение. Источниковедение: две группы текстов – объекты исследования и работы других авторов. Тиражированные и уникальные источники, оценка их репрезентативности, обоснование выбора объектов. Иерархия источников, их репутация, источники ошибок. Текстология - разница в изданиях произведений, проблемы атрибуции, условия, влияющие на текст (цензура, редакция и т.п.).
15-16	Подготовка реферата с выбором подхода и метода в собственном исследовании по профилю аспирантской программы	Подготовка текста. Обсуждение в группе, консультация с преподавателем.

5. Рекомендуемые образовательные технологии.

Основной способ представления материала – лекционный. Предусмотрено выполнение задания с обоснованием выбора подхода и методов для собственного исследования с привлечением материала курса и рекомендованной литературы. Предусмотрены индивидуальные и групповые консультации преподавателей разных кафедр.

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

Самостоятельная работа аспирантов связана с чтением рекомендованной литературы, осмыслением валидности существующих подходов и методов для решения задач конкретного эмпирического исследования, а также для применения их в будущей исследовательской работе. Текущий контроль осуществляется в ходе индивидуальных встреч с преподавателем. Итоговая аттестация проводится в форме зачета на основе оценки выполненной работы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.

Вартанова Е.Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. М., 2009.

Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков, 2007.

Грушин Б.А. Массовое сознание. М., 1987.

Зоркая Н.М. Уникальное и тиражированное: средства массовой информации и репродуцированное искусство. М., 1981.

Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования в СМИ. М., 2010.

Макеенко М.И. Развитие теорий медиа в российских научных журналах в 2010-е гг: результаты первого этапа исследований // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2017, №6.

Методика изучения периодической печати. М., 1997.

Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы. М., 2006.

Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. М., 2003.

Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. М., 2005.

Рейсер СФ. Основы текстологии. Л., 1979.

Типология периодической печати. М., 2007.

Фомичева И.Д. Социология СМИ. М., 2012.

Хэрриот Л. Цифровой дизайн. М., 2007.

Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. М., 2013.

б) Дополнительная литература:

Дридзе Т.М. Организация и методы лингвосоциопсихологического исследования массовой коммуникации. М., 1979.

Демьянков В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце 20 века // Язык и наука конца 20 века. М., 1995

Козлова О.М. О методах анализа социокультурных явлений // Социологические исследования. 1993. № 11.

Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. М., 2004.

Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. СПб., 2000.

Степанов Ю.С. Методы и принципы современной лингвистики. М., 1976.

Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. СПб, 2003.

Фрост Л. Дизайн газет и журналов. М., 2007.

McQuail D. McQuail's Mass communication Theory. – L.: Sage, 2010.

Van Dijk T. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. – L.: Sage, 1997.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Поточная аудитория, оснащенная звуковым (микрофон, динамики) и проекционным (проектор, экран) оборудованием, имеющая возможность выхода в интернет с персонального компьютера лектора, возможность видеотрансляции и видеоконференций, камера, оснащенность программами Windows 7, MS Office, Internet Explorer, Skype.

Разработчик

Факультет журналистики
МГУ

профессор

И. Д. Фомичева

Эксперты (представители работодателей):

_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)
_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании _____
(Наименование уполномоченного органа вуза (УМК, НМС, Ученый совет))