

Программа учебной дисциплины «Прикладной анализ медиа»

Утверждена

Академическим советом ООП
Протокол № от «__»____20__ г.

Автор	Казун Анастасия Дмитриевна
Число кредитов	3
Контактная работа (час.)	42
Самостоятельная работа (час.)	70
Курс	Общеуниверситетский факультатив
Формат изучения дисциплины	без использования онлайн курса

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Целями освоения дисциплины «Прикладной анализ медиа» являются овладение слушателями современными теоретическими и эмпирическими подходами к исследованию СМИ, а также приобретение компетенций, которые позволят им квалифицированно проводить исследования в данной области.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- основные теоретические направления исследований массовых коммуникаций;
- количественные и качественные методы изучения массовых коммуникаций;
- подходы к формированию выборки в исследованиях СМИ;
- возможности и ограничения различных ресурсов, агрегирующих информацию СМИ, как источника данных для исследования.

уметь:

- формулировать исследовательские вопросы и ставить задачи при проведении исследований СМИ;
- выбирать методы решения поставленных исследовательских задач;
- использовать различные ресурсы, агрегирующие сообщения СМИ, в т.ч. ресурсы Интегрум, Медиалогия, Factiva;
- анализировать статистики поисковых запросов в интернете;
- производить отбор и систематизацию литературы при написании исследовательских работ;

владеть:

- навыками использования современных теорий медиа для постановки и решения исследовательских задач;
- навыками обработки текстовой и графической информации и интерпретации результатов исследований СМИ;
- методами анализа статистик поисковых запросов в интернете;
- навыками подбора и систематизации литературы в исследованиях СМИ;

Настоящая дисциплина является общеуниверситетским факультативом. Изучение данной дисциплины не требует наличия специализированных знаний.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Эволюция подходов к исследованию массовых коммуникаций

Классические теории массовых коммуникаций. Влияние СМИ на общественное мнение. Модель массовой коммуникации Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникации (П. Лазарсфельд). Концепция общественного мнения У. Липпмана. Концепция спирали молчания (Э. Ноэль-Нойман). Теория фальсификации предпочтений (Т. Куран). Роль войны в формировании современных СМИ (Н. Больц). Коммуникативная сложность и демасификация общества.

Тема 2. СМИ и конструирование представлений о важности вопросов

Конструирование социальных проблем (Спектр и Китсьюз, Блумер). Стадии возникновения социальных проблем. Концепция публичных арен и конкуренция проблем за место в повестке дня. Стратегии депроблематизации ситуации (Ибарра, Китсьюз). Теория формирования информационной повестки дня (agenda-setting) и ее модификации (Маккомбс и Шоу). Навязчивые и ненавязчивые вопросы. Зависимости силы влияния СМИ на общественное мнение от характера проблемы. Концепция публичных арен (Хилгартнер С., Боск Ч.Л.). Сетевая повестка дня как новое направление исследований СМИ.

Тема 3. Фрейминг в исследованиях СМИ

Понятие фрейминга в медиа исследованиях. Типы фреймирования. Эквивалентные и акцентные фреймы. Эпизодические и тематические фреймы. Эмпирические примеры использования фрейминга в исследованиях. Методологические ограничения использования понятия фрейминг в исследованиях. Подходы к анализу фреймов в исследовании: герменевтический, лингвистический, комплексный, дедуктивный, frame mapping. Сходства и различия фрейминга с теорией установления повестки дня и праймингом.

Тема 4. Социальные проблемы в СМИ

Особенности исследований дискуссий в СМИ относительно социальных проблем. Теоретические основания исследований дискуссий о социальных проблемах. Моральная паника. Причины и последствия возникновения моральной паники. Формы моральной паники. Конструирование проблем насилия, наркомании, эвтаназии и др.

Тема 5. СМИ в политической сфере общественной жизни

Исследования политических дискуссий в СМИ. Влияние дискуссий в СМИ на электоральное поведение. Консолидация общества и роль СМИ в возникновении «эффекта объединения вокруг флага» (rally-around-the-flag effect). Конструирование образов политических лидеров в СМИ. Политическая персонализация. Теория владения повесткой дня (issue ownership). Теория глобального новостного потока, факторы, влияющие на внимание к стране зарубежный СМИ. Теории пропаганды. Политическая коммуникация и социальные медиа.

Тема 6. Экономические дискуссии в СМИ

Особенности освещения экономических новостей: негативный уклон, снижение коммуникативной сложности, внимание к динамике. Роль реальных экономических показателей в формировании дискуссий в СМИ по экономическим вопросам. Освещение мошенничества и роль журналиста в обществе. Экономические новости в кризис. Влияние экономи-

ческих новостей на общественное мнение. Влияние медиа дискуссий по экономическим вопросам на экономическое и политическое поведение населения. Экономическое голосование. Ретроспективное и перспективное экономическое голосование. Эгоистическое и социотопическое экономическое голосование.

Тема 7. Количественные и качественные методы исследования СМИ

Преимущества и недостатки количественных и качественных методов анализа СМИ. Контент-анализ. Дискурс-анализ. Особенности изучения визуальных материалов (фотографии, видео).

Тема 8. Возможности использования в исследованиях баз «Интегрум», «Медиалогия», «Factiva»

Особенности ресурсов «Интегрум», «Медиалогия», «Factiva»: возможности, ограничения, глубина архива, число источников. Правила составления поисковых запросов. Данные об интенсивности дискуссии: анализ числа упоминаний проблем. Дизайн выборки для исследований СМИ. Использование рейтингов СМИ (Title Popularity Ranking, рейтинг Медиалогии). Анализ совместных упоминаний различных сюжетов. Построение сетевой повестки дня на материалах «Интегрума» и «Factiva».

Тема 9. Возможности анализа статистик поисковых запросов в Интернете

Ресурсы Google Trends и Yandex Wordstat. Особенности представления данных в Google Trends и Yandex Wordstat. Использование данных в медицинских исследованиях (Google Flu Trends). Экономические и политические исследования, использующие статистики поисковых запросов в Интернете. Анализ запросов в динамике и в региональном разрезе.

Тема 10. Объединение результатов анализа дискуссии в СМИ с другими открытыми данными

СМИ и результаты опросов общественного мнения. Центры изучения общественного мнения. Примеры доступных данных. СМИ и экономические показатели (ВВП, инфляция, безработица). СМИ и оценки работы правительства, национального лидера, основных институтов. Эмпирические примеры объединения открытых данных с анализом СМИ.

III. ОЦЕНИВАНИЕ

Оценки по всем формам контроля знаний выставляются целым числом по 10-ти балльной шкале. Результирующая оценка, накопленная оценка и оценка за экзаменационную работу также выставляются целым числом по 10-ти балльной шкале.

Округление оценок по всем формам контроля знаний, а также накопленной оценки осуществляется методом округления к ближайшему целому числу по правилам арифметического округления. Например, оценка «4,4» округляется до 4 баллов, оценки «4,5» и «4,6» округляются до 5 баллов.

Итоговая оценка рассчитывается на основе следующих весов:

$$\text{Оитоговая} = 0,6 * \text{Онакопленная} + 0,4 * \text{Оэкзамен},$$
$$\text{Онакопленная} = 0,4 * \text{Оактивность} + 0,6 * \text{Опроект},$$
где Оактивность – оценка за работу на семинарских занятиях
Опроект – оценка за выполнение письменной практической работы

Экзаменационная работа выполняется в конце 2 модуля в присутствии преподавателя. Вопросы для экзаменационной работы составляются с учетом материала, пройденного как на лекционных, так и на семинарских занятиях. При написании экзаменационной работы студентам запрещается иметь при себе любые материалы, а также аудио- и видеовоспроизводящую технику. Нарушение этого требования влечет за собой удаление из аудитории и выставление за экзаменационную работу оценки 0 баллов. Оценка ни за одну из форм контроля знаний не носит блокирующий характер.

Студенты, особо отличившиеся при освоении учебной дисциплины, освобождаются от написания экзаменационной работы с выставлением им результирующей оценки «отлично» (8, 9 или 10 баллов). В соответствии с п. 46 Положения о контроле знаний студентов, необходимым условием выставления «автомата» является получение студентом накопленной оценки «отлично» (8, 9 или 10 баллов). В этом случае результирующая оценка равна накопленной оценке. Студент вправе отказаться от получения «автомата» и написать экзаменационную работу на общих основаниях. В этом случае результирующая оценка рассчитывается по формуле, указанной в разделе «Порядок формирования оценок по учебной дисциплине».

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства для текущего контроля студента:

Активность на семинарских занятиях представляет собой высказывание комментариев и суждений по изучаемым темам, участие в групповой работе, а также выполнение небольших заданий в течение всего курса. Отработка пропущенных по любой причине семинарских занятий не предусматривается.

Домашние задания выполняются в группах по 2-4 студента во внеаудиторное время и представляют собой практическое исследование в области медиа, основанное на материалах курса. В ходе курса студенты выполняют три письменных задания: постановка проблемы исследования и краткий обзор литературы, разработка и обоснование методологии исследования, эмпирический анализ дискуссии в СМИ. Рекомендованный объем каждой из работ составляет 1-2 тыс. слов. Работы сдаются преподавателю не позднее установленного срока, после которого работы не принимаются и за них выставляется оценка 0 баллов. Все практические работы проверяются на наличие плагиата, при обнаружении которого за задание выставляется оценка 0 баллов.

Оценочные средства для промежуточной аттестации:

Экзаменационная работа выполняется в конце 2 модуля в присутствии преподавателя. Вопросы для экзаменационной работы составляются с учетом материала, пройденного как на лекционных, так и на семинарских занятиях. При написании экзаменационной работы студентам запрещается иметь при себе любые материалы, а также аудио- и видеовоспроизводящую технику. Нарушение этого требования влечет за собой удаление из аудитории и выставление за экзаменационную работу оценки 0 баллов. Оценка ни за одну из форм контроля знаний не носит блокирующий характер.

Вопросы для подготовки к экзамену:

- Какова роль войн в формировании современных медиа?
- В чем состоит модель коммуникации Г. Лассуэлла?
- В чем состоит двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда?
- Почему респонденты могут скрывать свое мнение: спираль молчания Э. Ноэль-Нойман и фальсификация предпочтений Т. Курана?

- В чем состоят основные положения теории конструирования социальных проблем?
- Какие стадии развития социальных проблем выделяют Спектр и Китсьюз, Блумер?
- В чем состоят различия между сочувствующей и несочувствующей контрриторикой? Какие стратегии депроблематизации ситуации выделяют Ибарра и Китсьюз?
- В чем состоит теория формирования информационной повестки дня (agenda-setting)?
- Модификации теории информационной повестки дня: повестка дня второго уровня и сетевая повестка дня
- Каково влияние СМИ на общественное мнение в случае «навязчивых» (obtrusive) и «ненавязчивых» вопросов?
- В чем состоит концепция публичных арен (Хилгартнер С., Боск Ч.Л.)?
- Каковы основные положения теории фреймов?
- Что такое моральная паника? Каковы причины ее возникновения?
- Каковы основные положения теории rally-around-the-flag?
- Какие примеры возникновения эффекта rally-around-the-flag можно привести?
- Каково влияние дискуссий в СМИ на электоральное поведение населения?
- Как происходит конструирование образа политических лидеров в СМИ?
- Какие особенности освещения экономических новостей могут быть выделены? Как влияет на экономические новости кризис?
- Какова роль реальных экономических показателей в формировании дискуссий в СМИ по экономическим вопросам?
- Каково влияние экономических новостей на общественное мнение?
- Как медиа дискуссии по экономическим вопросам влияют на экономическое и политическое поведение населения?
- Какие возможности и ограничения использования в исследованиях статистик поисковых запросов можно выделить?

V. РЕСУРСЫ

5.1 Основная литература

- VI. *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford University Press, 2017. Режим доступа:
<http://proxylibrary.hse.ru:2131/view/10.1093/oxfordhb/9780199793471.001.0001/oxfordhb-9780199793471?rskey=k9yjdg&result=1> (подписка НИУ ВШЭ)

5.2 Дополнительная литература

1. Казун А. Д. Эффект “rally around the flag”. Как и почему растет поддержка власти во время трагедий и международных конфликтов? // Полис. Политические исследования. 2017. № 1. С. 136-146. Режим доступа:
<https://proxylibrary.hse.ru:2362/search/simple/doc?pager.offset=0&id=48277817&hl=%D0%AD%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82> (подписка НИУ ВШЭ)

2. Кольцова О. Ю., Ясавеев И. Г. Конструирование проблемы полицейского насилия в российской блогосфере: риторика, лейтмотивы и стили // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. № 3. С. 81-100. Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2013_3/Koltsova_Yasaveyev_2013_3.pdf
3. Ясавеев И. Г. Риторика контролируемого бедствия: специфика конструирования ФСКН проблемы потребления наркотиков // Журнал исследований социальной политики. 2016. №1. С. 7-22. Режим доступа: <https://jsps.hse.ru/article/view/3284>
4. Blondheim M., Segev E., Cabrera M. The Prominence of Weak Economies: Factors and Trends in Global News Coverage of Economic Crisis, 2009–2012 // International Journal of Communication. 2015. № 9. Режим доступа: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2262>
5. Entman R. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm // Journal of Communication. 1993. Vol. 43. № 4. P. 51-58. Режим доступа: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x> (подписка НИУ ВШЭ)
6. Guo L., Vargo C. The Power of Message Networks: A Big-Data Analysis of the Network Agenda Setting Model and Issue Ownership // Mass Communication and Society. 2015. Vol. 18. № 5. P. 557–76. Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15205436.2015.1045300> (подписка НИУ ВШЭ)
7. McCombs M., Shaw D., Weaver D. New Directions in Agenda-Setting Theory and Research // Mass Communication and Society. 2014. Vol. 17. № 6. P. 781–802. Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15205436.2014.964871> (подписка НИУ ВШЭ)
8. Stubager R. What is Issue Ownership and How Should We Measure It? // Political Behavior. 2017. P. 1–26. Режим доступа: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11109-017-9403-y.pdf>
9. Walgrave S., Lefevere J., Tresch A. The Associative Dimension of Issue Ownership // Public Opinion Quarterly. 2012. Vol. 76. № 4. P. 771–782. Режим доступа: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/76/4/771/1908821> (подписка НИУ ВШЭ)

5.3 Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 10	Из внутренней сети университета (договор)

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

№ п/п	Наименование	Условия доступа
Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы		
1.	Factiva	Из внутренней сети университета (договор)
2.	Интегрум	Из внутренней сети университета (договор)
3.	Гугл Тренды	URL: https://trends.google.ru
4.	Яндекс Вордстат	URL: https://wordstat.yandex.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных и семинарских 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.