

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. декана соціологічного факультету
В'ячеслав **НИКУЛІН**

« 30 » серпня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Дослідження медіакомунікацій»
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

галузь знань 06 - Журналістика

спеціальність 061 - Журналістика

освітня програма Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю

спеціалізація _____

вид дисципліни обов'язкова

факультет соціологічний

2024/2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

«26» червня 2024 року, протокол № 9

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Болотова Вікторія Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від «07» червня 2024 року № 11

Завідувачка кафедри
прикладної соціології
та соціальних комунікацій



(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми
«Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»

Гарант освітньої програми



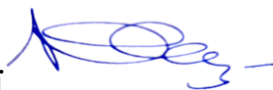
(підпис)

Вікторія БОЛОТОВА
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від «24» червня 2024 року № 8

Голова науково-методичної комісії



(підпис)

Юлія СОРОКА
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Дослідження медіакомунікацій» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів першого рівня вищої освіти освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

спеціальності – 061 Журналістика

освітньої програми – Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю

1. Опис навчальної дисципліни

1.1 Мета викладання навчальної дисципліни: формування уявлень про загальні методологічні й методичні принципи проведення досліджень в галузі медіакомунікацій за допомогою кількісних та якісних методів та набуття навичок організації та здійснення таких досліджень.

1.2 Основні завдання вивчення дисципліни:

- навчити розуміти необхідність перманентного дослідження медіакомунікації як складного, багатоаспектного соціального явища, з яким безпосередньо пов'язана діяльність фахівців з медіакомунікацій та зв'язків з громадськістю;
- надати уявлення про цілі та основні сучасні напрямки теоретичних і практичних досліджень медіакомунікацій;
- надати знання про методологію теоретичних та емпіричних досліджень медіакомунікації, загальнонаукові та спеціальні методи її дослідження;
- надати знання про правила розробки, організації і проведення емпіричних досліджень, методи збору дослідницької інформації.

1.3. Кількість кредитів – 5

1.4. Загальна кількість годин – 150

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	3-й
Семестр	
5-й	5-й
Лекції	
16 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	6 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	

1.6. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, здобувачі повинні набути компетентності та демонструвати такі результати навчання:

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов

Загальні компетентності

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК14. Дослідницька компетентність випускника університету як результат науковості змісту й технологій підготовки здобувача вищої освіти, його націленості на пошукову/дослідну діяльність

Фахові компетентності

СК04. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності

СК08. Здатність створювати і просувати сучасні рекламні продукти та відстежувати їх ефективність в умовах ринку.

СК11. Здатність проводити дослідження медіасфери, ринків продаж, аналізувати дані медіадосліджень.

Програмні результати навчання

ПРН01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань

ПРН03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами

ПРН04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел

ПРН07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег

ПРН08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань

ПРН13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук

ПРН16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію

ПРН18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва
ПРН20. Створювати і просувати рекламний продукт використовуючи медіакомунікації.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1 Основні методи та етапи дослідження медіакомунікацій

Сутність емпіричного дослідження. Специфіка теорій. Складові елементи теорії: поняття, допущення, судження, гіпотези. Дедуктивні теорії. Індуктивні теорії. Поєднання дедуктивної і індуктивної логіки в дослідженнях. «Колесо науки» В. Уоллеса. Взаємозв'язок теорії і досліджень в соціальних науках: теорія, гіпотези, методологія, методи.

Класифікація основних методів дослідження медіакомунікацій. Кількісні та якісні методи дослідження медіакомунікацій (кількісна та якісна методологія): загальні принципи. Основні якісні та кількісні методи дослідження медіакомунікацій.

Етапи процесу дослідження: 1) формулювання проблеми дослідження; 2) розробка дослідження; 3) збір даних; 4) обробка даних; 5) аналіз даних; 6) інтерпретація результатів; 7) підготовка звіту. Проект дослідження. Обов'язкова інформація в проекті дослідження.

Тема 2 Розробка програми емпіричного дослідження медіакомунікацій

Основні складові програми дослідження: проблема дослідження; мета та завдання, огляд літератури; об'єкт та предмет дослідження; методи збору даних; формування вибірки; підготовка інструментарію.

Вибір теми і проблеми дослідження. Специфіка проблем досліджень в області медіакомунікацій. Перевірка проблеми на скептично задане питання: "Ну і що ж зміниться, якщо я проведу це дослідження?"

Оцінка здійсненності дослідження. Що треба враховувати, щоб правильно оцінити здійсненність дослідження: широта сформульованого дослідницького питання, витрати на дослідження, час, необхідний на проведення дослідження, дозвіл влади на проведення дослідження.

Огляд літератури. Коли треба починати огляд літератури. Огляд літератури як спосіб знайти і сформулювати проблему. Копіювання відомих методик і процедур вимірювання. Доступні джерела соціологічної літератури.

Цілі дослідження. Експлораторні дослідження як спосіб отримання нових знань про малознайомий предмет. Описові і пояснюючі дослідження.

Одиниці аналізу: індивіди, соціальні групи і соціальні артефакти.

Виявлення понять (концепцій), важливих для розуміння, опису або пояснення предмета дослідження. Типи змінних: залежні, незалежні і контрольні. Гіпотеза дослідження. Залежні/незалежні змінні в дослідженні і причинно-наслідкові зв'язки. Типи відносин між змінними: позитивні, негативні і криволінійні.

Операціональне визначення понять. Реальність існування понять та можливості їх вимірювання. Три типи об'єктів, що вимірюються: ті, які можна спостерігати безпосередньо; ті, які можна спостерігати опосередковано; теоретично створені конструкти, засновані на спостереженнях, але які не можна спостерігати безпосередньо або опосередковано. Індикатори, які є емпіричним еквівалентом теоретичному конструкту. Багатомірність соціологічних понять. Визначення розмірності поняття. Приклади концептуалізації і операціоналізації. Діапазон варіації змінних, що відображають поняття. "Будь прагматиком: відмінності, які не роблять відмінностей, відмінностями не являються!" Варіація всередині діапазону змін змінної.

Тема 3 Метод опитування в дослідженнях медіакомунікацій

Теми, що підходять для опитування. Види опитувань. Їх достоїнства та недоліки. Загальні правила опитування.

Сутність анкетного опитування та його специфіка. Достоїнства та недоліки анкетування. Поштове анкетування. Теми, що підходять для поштового опитування. Доставка і повернення анкет. Супровідний лист. Повторна розсилка анкет. Третя розсилка. Терміни повторних розсилок. Допустимий відсоток повернутих анкет.

Інтерв'ю і 'природне' спілкування. Сутнісні достоїнства і недоліки методу інтерв'ю. Розмаїтість функцій інтерв'ю. Характеристика деяких видів інтерв'ю: групове інтерв'ю, глибинне інтерв'ю, креативне інтерв'ювання, фокусоване інтерв'ю. Виборча спорідненість предмета дослідження і виду інтерв'ю. Підбор інтерв'юерів. Вимоги до інтерв'юера: 1) вимоги до зовнішності і манер інтерв'юера; 2) відмінне знайомство з текстом інтерв'ю; 3) в точності слідувати формулюванням питань; 4) точно записувати відповіді; 5) грамотно провести "проби". Навчання інтерв'юерів. Координація і контроль інтерв'ю. Інструктаж.

Телефонне опитування. Переваги і вади телефонного опиту.

Експертне опитування. Вимоги до застосування. переваги та недоліки. Види експертного опитування.

Тема 4 Технологія розробки анкети для опитування

Типи питань. Текст речень питання. Ясність питань. Двозначність. Здвоєні питання. Компетентність респондентів і складність питань. Доцільність питань. Розмір питання. Негативний і позитивний відтінки в питанні. Уникання впливу і перекоосу. Конструкція запитань та інтерпретація відповідей.

Створення опитувальника. Загальний формат анкети. Правила конструювання анкети. Порядок питань. Випадкові питання. Матричні питання. Інструкції.

Основні джерела помилок вимірювання в анкеті. Систематична помилка. "Безліч покірних відповідей". "Перекіс соціальної бажаності". Випадкова помилка. Приклади помилок вимірювання. Способи зменшення помилок вимірювання.

Тема 5 Аналіз документів.

Поняття документу в соціальних дослідженнях. Види документів. Засоби перевірки документів на достовірність. Умови, за яких документи не можна вважати достовірними. Засоби масової інформації як специфічний тип документу. Фотографія як документ. Аналіз фотографій.

Сутність традиційного аналізу документів. Історичний або компаративний аналіз. Джерела історичних/компаративних даних. Техніка аналізу.

Дискурс як мовна одиниця. Основні характеристики дискурсу. Поняття дискурсу – аналізу. Історія дискурсу – аналізу.

Статистичні дані як різновид документів. Аналіз існуючої статистики. Одиниці аналізу. Проблеми валідності і надійності. Джерела статистичних даних.

Сутність контент – аналізу. Вибіркові методи для контент - аналізу. Головні елементи контент-аналізу: поняття про категорії, одиниці аналізу та одиниці рахунку Техніка відбору документів. Кодування в контент-аналізі. Явне і приховане значення. Сила і слабкість контент-аналізу. Використання контент – аналізу для вивчення матеріалів засобів масової комунікації.

Тема 6 Тестові процедури в дослідженнях медіакомунікації.

Поняття психологічного тесту. Обґрунтування надійності тесту. Проективні техніки та їх особливість. Метод незакінчених речень. Психосемантичні методики. Семантичний диференціал як приклад проективної техніки. Психосемантика кольору в дослідженні картини соціального миру. Тести на виявлення особистісних диспозицій. Методики для виявлення системи ціннісних орієнтацій. Методики для реєстрації узагальнених соціальних установок та фіксування ситуативних соціальних установок.

Тема 7 Метод фокус – груп

Поняття групового інтерв'ю. Історія виникнення методу фокус – груп. Методологічні проблеми фокусованого (спрямованого) інтерв'ю як якісного методу. Переваги й обмеження фокус-груп. Тематика досліджень, в яких варто застосовувати фокус – груп. Техніка проведення фокус – груп. Концепція питань у фокусованому інтерв'ю. Розмір групи, їх кількість. Учасники фокус – груп та їх підбір. Модератор та його функції. Вимоги до модератора фокуса-групи. Реакції модератора на висловлення респондентів і тактики стосовно різних категорій учасників фокусів-груп. Вимоги до місця й часу проведення фокус-груп. Технічне оснащення. Аудіо – та відео- фіксування даних під час проведення фокус – групи. Основні прийоми розшифровки записів та написання звітів. Сфери застосування методів фокус-груп в дослідженні медіакомунікацій.

Тема 8 Експеримент

Логіка розробки експерименту. Класичний експеримент як максимальний контроль загрози для внутрішньої валідності причинних висновків в соціології і соціальній роботі. Організація експерименту. Схема експерименту для

нейтралізації впливу тестування. Розробка Соломоном експерименту з чотирма групами. Схема експерименту для нейтралізації ефекту «плацебо».

Відбір учасників експерименту: 1) рандомізація; 2) попарний відбір. Перекіс вимірювання і “рейтинг наосліп”. Приклади класичних експериментів. Уайтмен, Феншел і Гранді (1987 р.)

Експеримент з двома та трьома контрольними групами. Квазі-експерименти. Відсутність можливості випадково відібрати учасників експерименту. Проведення декількох вимірів до і після експериментального впливу. Нееквівалентні контрольні групи. Багатооб’єктний експеримент з декількома вимірами. Однооб’єктний експеримент. Логіка однооб’єктного експерименту. Основний і експериментальний тренди. Зміна характеру тренду після експериментального впливу. Приклади одно- і багатооб’єктних експериментів в соціальній роботі.

Внутрішня валідність. Внутрішня валідність кореляційного аналізу і статичного порівняння груп. Деякі причинно-наслідкові висновки з низькою внутрішньою валідністю. Що може загрожувати внутрішньої валідності причинних висновків: 1) зовнішні події; 2) фактор часу, “дорослішання”; 3) тестування; 4) інструментарій; 5) статистичне убування; 6) перекіс вибірки; 7) вибуття людей з експерименту; 8) тимчасова впорядкованість причини і наслідку; 9) дифузія або розмитість експериментального впливу.

Зовнішня валідність і узагальнення причинно-наслідкових висновків. Репрезентативність вибірки, умов і процедур. Реакція на само дослідження як загроза зовнішньої валідності. Ефект “плацебо”.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин									
	усього	денна форма				заочна форма				
		у тому числі				усього	у тому числі			
		л	п	лаб	с.р		л	п	лаб	с.р
Тема 1 Основні методи та етапи дослідження медіакомунікацій	18	2	4	-	12	19	1	1	-	17
Тема 2 Розробка програми емпіричного дослідження медіакомунікацій	18	2	4	-	12	19	1	1	-	17
Тема 3 Метод опитування в дослідженнях медіакомунікацій	18	2	4	-	12	19	1	1	-	17
Тема 4 Технологія розробки анкети для опитування	18	2	4	-	12	19	1	1	-	17
Тема 5 Аналіз документів.	20	2	4	-	14	19	1	1	-	17
Тема 6 Тестові процедури в дослідженнях медіакомунікації.	20	2	4	-	14	18	1	-	-	17
Тема 7 Метод фокус – груп	18	2	4	-	12	19	1	1	-	17
Тема 8 Експеримент	20	2	4	-	14	18	1	-	-	17
Всього	150	16	32	-	102	150	8	6	-	136

4. Теми семінарських занять

Назва теми	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
Тема 1 Основні методи та етапи дослідження медіакомунікацій	4	1
Тема 2 Розробка програми емпіричного дослідження медіакомунікацій	4	1
Тема 3 Метод опитування в дослідженнях медіакомунікацій	4	1
Тема 4 Технологія розробки анкети для опитування	4	1
Тема 5 Аналіз документів.	4	1
Тема 6 Тестові процедури в дослідженнях медіакомунікації	4	-
Тема 7 Метод фокус – груп	4	1
Тема 8 Експеримент	4	-
Всього	32	6

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
1	Підготовка до усних доповідей (виступів) та тестового контролю на семінарських заняттях	25	35
2	Виконання практичних завдань та підготовка до їх презентації	50	66
3	Підготовка контрольної роботи	27	35
	Разом	102	136

6. Методи навчання

Методи навчання:

лекції (розкриваються принципові та найбільш важливі аспекти визначених тем) із застосуванням мультимедійних засобів навчання (в тому числі, у разі застосування дистанційного або змішаного навчання, презентації надаються студентам на базі платформи Zoom та дублюються у Google Classroom);

семінари з елементами теоретичних дискусій, семінари з аналізу кейсів, ігрового моделювання (сприяють отриманню практичних навичок та розвитку творчого мислення). У разі застосування дистанційного або змішаного навчання, студенти виконують завдання та проекти, які представляють під час занять, що проводяться на базі платформи Zoom, виконані завдання також прикріплюються до Google Classroom.

поглиблена самостійна робота включає вивчення додаткової літератури та підготовку практичних проєктів, з подальшим їх обговоренням на семінарах.

7. Методи контролю

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачено написання контрольної роботи.

Поточний контроль – виконання тестових завдань, оцінювання відповідей студентів під час семінарських занять, виступів та коментарів під час обговорення практичних проєктів (як групових, так й індивідуальних). Передбачена контрольна робота з теоретичних питань проблемного характеру.

Підсумковим контролем знань є іспит. Іспит відбувається у вигляді виконання тестових завдань (всього 40 питань, питання закриті) та написання відкритого практичного питання. Тест може проводитись як в аудиторії, так і дистанційно (за потреби). Тест може виконуватись письмово або онлайн (за допомогою Google Classroom або Moodle). Використання Google Classroom або Moodle також можливо і під час аудиторного виконання екзаменаційного тесту.

Питання для підсумкового контролю знань (іспит)

1. Взаємозв'язок теорії та досліджень у соціальних науках.
2. Поняття теорії, методології, методів, технології, техніки.
3. Етапи дослідження.
4. Програма дослідження
5. Проблема дослідження та її визначення
6. Об'єкт і предмет дослідження
7. Мета і завдання дослідження
8. Гіпотези дослідження та їх види. Основні вимоги до гіпотез.
9. Опитування та його види.
10. Анкетні опитування.
11. Інтерв'ю.
12. Типи питань.

13. Правила створення опитувальника.
14. Формат опитувальника.
15. Семантичний диференціал.
16. Шкала Степела
17. Суть методу фокус – груп
18. Метод експертних оцінок: особливості застосування, переваги, недоліки та основні етапи.
19. Основні види методу експертних оцінок
20. Поняття документу в соціальних науках та їх класифікація.
21. Традиційний аналіз документів.
22. Дискурс-аналіз
23. Контент – аналіз: переваги та недоліки
24. Створення інструментарію в контент-аналізі
25. Класичний експеримент як максимальний контроль загрози для внутрішньої валідності причинних висновків у соціології та соціальній роботі.
26. Організація експерименту.
27. Відбір учасників експерименту:
28. Експеримент з двома та трьома контрольними групами.
29. Квазіекспериментальні рішення.
30. Підбір учасників фокус-груп
31. Роль модератора у проведенні фокус-групи та його функції

8. Схема нарахування балів

Денна форма навчання

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання			Іспит	Сума
Усні відповіді за темами курсу, тести	Підготовка та захист практичних завдань	Контрольна робота, передбачена навчальним планом		
8	32	20	40	100
Обов'язковий мінімум для допуску до іспиту 30 балів, в тому числі виконання контрольної роботи, яка передбачена навчальним планом				

Заочна форма навчання

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання		Іспит	Сума
Підготовка практичних завдань	Контрольна робота, передбачена навчальним планом		
10	50	40	100
Обов'язковий мінімум для допуску до іспиту 30 балів, в тому числі виконання контрольної роботи, яка передбачена навчальним планом			

Критерії оцінювання навчальних досягнень:

Критерії оцінювання відповідей на семінарських заняттях

Високий рівень 5 балів	Відповідь студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни, що вивчається. Він систематично активно бере участь в обговоренні кожної теми, що вивчається (як на лекційному, так і на семінарському заняттях), його відповіді характеризуються творчим креативним підходом.
Середній рівень 4-3 бали	Відповідь студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми,

	вільним володінням термінами та поняттями. Але він недостатньо активно бере участь в ході обговорення практичного матеріалу, допускає у висловлюваннях деякі несуттєві неточності, його відповіді не характеризуються творчим креативним підходом.
Низький рівень 1 - 2 бали	Відповідь студента характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так практичного матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях на конкретні питання та недостатньо бере участь в обговоренні матеріалу, що вивчається.
Незадовільний рівень 0 балів	У студента дуже слабкий рівень знання теоретичного матеріалу; не приймає участі в обговоренні теоретичного та практичного матеріалу, що вивчається; допускає змістовні помилки у відповідях на конкретні питання викладача.

Критерії оцінювання контрольної роботи для денного відділення.

9 – 10 балів	Відповідь повна, змістовна, з однією незначною помилкою.
7 – 8 балів	Відповідь повна, але з двома - трьома незначними помилками.
5 – 6 балів	Відповідь не досить повна та (або) із суттєвими помилками.
1 – 4 бали	Відповідь не досить повна, містить суттєві змістовні та фактажні помилки.
0 балів	Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає суті запитання.

Критерії оцінювання контрольної роботи для заочного відділення.

17 – 20 балів	Високий рівень Відповідь повна, змістовна, з однією або двома незначними помилками
14– 16 балів	Середній рівень Відповідь повна, кількість незначних помилок 3-4 або одна суттєва помилка.
10 – 13 балів	Низький рівень Відповідь не досить повна, з декількома суттєвими помилками
1 – 8 бали	Незадовільний рівень Відповідь не повна, містить багато суттєвих змістовних та фактажних помилок
0 балів	Незадовільний рівень Відповідь відсутня та (або) не відповідає суті запитання.

Критерії оцінювання підсумкового контролю знань (іспит)

Оцінювання екзаменаційного тесту.

У тесті використовуються закриті питання, всього 30 питань, нараховується 1 бал за кожну правильну відповідь. Максимум можна отримати 30 балів. Тест може проводитись як в аудиторії, так і дистанційно (за потреби). Тест може виконуватись письмово або онлайн (за допомогою Google Classroom або Moodle). Використання Google Classroom або Moodle можливо і під час аудиторного виконання екзаменаційного тесту.

Критерії оцінювання відкритого питання:

9 – 10 балів	Відповідь повна, глибока, всебічна. Студент вільно володіє термінологією, освоїв теоретичні поняття, оволодів теоретико-методологічними підходами, вміє їх застосувати на практиці, орієнтується в сучасних змінах у суспільстві, наводить актуальні приклади з соціальної дійсності.
7 – 8 балів	Студент засвоїв основні теоретичні поняття, застосовує їх на практиці, орієнтується в сучасних змінах по означений тематиці. Втім, допускає несуттєві обмовки, недостатньо повно і всебічно доповідає за змістом, наводить окремі, неповні приклади з соціальної дійсності.
5 – 6 балів	Студент засвоїв основні теоретичні поняття, але окремі з них розуміє недостатньо глибоко; слабо вміє застосувати у соціальній практиці основні теоретичні поняття. Не достатньо вільно володіє термінологією, порушує логіку в докладанні змісту; не може навести актуальні приклади та ілюстрації з соціальної дійсності.
1 – 4 бали	Студент засвоїв основні теоретичні поняття, але не розуміє їх; не вміє застосувати у соціальній практиці; порушує логіку в докладанні змісту; не може навести актуальні приклади та ілюстрації з соціальної дійсності.
0 балів	Студент не засвоїв основні теоретичні поняття, не вміє їх застосовувати, не спроможний доповісти зміст відповідей.

Шкала підсумкового оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	
50 – 69	задовільно	
1– 49	незадовільно	не зараховано

9. Рекомендована література

Основна література

1. Білуха М. Методологія наукових досліджень: підручн. К.: АБУ, 2002. - 480 с.
2. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження. Київ: Дух і Літера, 2015. - 380 с. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7700/Bogdan_SocResearch.pdf
3. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень. Суми, 2016. - 260 с.
4. Вербець В.В. Методологія та методика соціологічних досліджень: Навчально-методичний посібник. – Друге вид. доп. і перероб. – Рівне: РДГУ: Інститут соціальних досліджень, 2006. - 167 с. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/376/1/metodolog.pdf>
5. Гоманюк М.А. Інтерв'юер у масовому опитуванні. Кишеньковий навчально-методичний посібник. Херсон : Гілея, 2013. - 84 с
6. Дембицький С. Типи вимірjувальних шкал. 2012 URL: <http://www.soc-research.info/quantitative/5.html>
7. Єріна А. М., Захожай В. Б., Єрін Д. Л. Методологія наукових досліджень: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 212 с.
8. Кваско А. Сучасні методи досліджень в медіаменеджменті / А. Кваско, О. Сухорукова З. Григорова // Економіка та суспільство, 2021. №24. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/188/180>
9. Ковальчук В. В., Моїсеєв Л. М. Основи наукових досліджень: Навч. посібн. Вид. 2-е, доп. і перероб. К.: Видавничий дім «Професіонал», 2004. - 208 с.
10. Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики: монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. К.: Центр вільної преси, 2003. - 200 с.
11. Крушельницька О. В. Методологія і організація наукових досліджень: Навч. посібн. К.: Кондор, 2003. - 192 с.
12. Кушнарєнко Н. М., Удалова В. К. Наукова обробка документів: Підручн. К.: Вікар, 2003. - 328 с.
13. Мазурик О. В., Єрескова Т. В., Никифороєнко Н. О. Методологія та методи соціологічних досліджень: практикум. Донецьк: Східний видавничий дім, 2011. - 232 с.
14. Опитування громадської думки. Посібник для журналістів / Укладачі та редактори посібника: Ірина Бекешкіна, Юрій Горбань, Ірина Філіпчук. Фонд Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, К. 2020. - 110 с.
15. Паніна Н.В. Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій / 2-ге видання, доповнене. Київ. 2007. - 320 с.
16. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування: підручник. Київ: Києво-Могилянська академія, 2017. - 342 с.

17. Різун В. В. Методи соціальнокомунікаційних досліджень / В. В. Різун, Т. В. Скотнікова // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 52. - С. 49–53. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_52_8
18. Різун В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: навч. посіб. / В. В. Різун, Т. В. Скотнікова. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2005. - 104 с.
19. Ромах О. В. Настільний посібник з методології досліджень соціальних комунікацій. – Львів : ПАІС, 2020. – 404 с.
- Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / За заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К., Іванова В. Київ: Кондор, 2018. - 256 с.
20. Якісні дослідження в соціологічних практиках: навчальний посібник / За ред. Н. Костенко, Л. Скокової. Київ: Інститут соціології НАНУ, 2009 - 400 с.

Допоміжна література

1. Андрейчук Н. І. Рівні та виміри дії знака //Вісник Львівського університету. – Серія філологічна. – 2019. – Вип. 70. – С. 309–322.
2. Гоманюк М. А. Інтерв'юер у масовому опитуванні. Кишеньковий навчальнометодичний посібник. – Херсон : Гілея, 2013. – 84 с.
3. Громадська думка: теоретичні та методологічні проблеми дослідження / За ред. В. Л. Осовського. – К.: Стилос, 2001. – 168 с.
4. Еко У. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів / Умберто Еко. – Львів: Літопис, 2004. – 384 с.
5. Єрмоленко С. С. Мовне моделювання дійсності і знакова структура мовних одиниць: Монографія. – К., 2006. – 384 с.
6. Зражевська Н. І. Використання семіотичного методу в аналізі медіакультури / Н. І. Зражевська // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2013. – № 3-4. – С. 13– 17 – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dsrk_2013_3-4_5
7. Квіт С. Масові комунікації : підручник / Сергій Квіт. – К: Вид. дім «Києво- Могиллянська академія», 2008. – 206 с.
8. Ковтуненко Е. С. Методологічні підходи в семіотичному аналізі // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Сер.: Соціологія. – 2013. – Т.211. – Вип. 199. – С. 44-48. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc_2013_211_199_10
9. Маковецький А. М. Надійність соціологічної інформації [Текст] : навч. посібник / А. М. Маковецький ; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці : ЧНУ, 2009. – 48 с.
10. Мацишина І. В. Семіотика рекламного тексту // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія. Соціологія. Політологія. – 2012. – Т. 20. –Вип. 22(3). – С. 56-62.
11. Метод фокус-груп у соціологічному супроводі виборчих кампаній / О. Михайлич // Політичний менеджмент. – 2010. – № 1. – С. 123-132.
12. Палієнко А. М. Семіотичний аналіз медіатексту: теоретичні основи // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер.: Педагогічні науки. – 2013. – Вип. 111. – С.225-228. – Режим доступу:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_111_56

13. Пілюшенко В.Л., Шкрабан І.В., Славенко І.В., Наукове дослідження: організація, методологія, організаційне забезпечення. К.: Лібра, 2004. - 342 с.
14. Хилько М. Методологічні основи соціальнокомунікаційних досліджень в Україні. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2013. Вип. 37. - С. 84–93
15. A Content Analysis Guide for Media Economics Scholars / Frederick G. Fico, Stephen Lacy, Daniel Riffe, Journal of Media Economics, Volume 21, 2008 - Issue 2. - Pp. 114-130
16. Anders Hansen, David Machin. Media and Communication Research Methods, 2nd Edition. – Bloomsbury, 2018. – 496 p.
17. Boyle Michael, Schmierbach Mike. Applied Communication Research Methods. Getting Started as a Researcher. – Routledge, 2024. – 334 p.
18. Content Analysis and Online News: Epistemologies of analysing the ephemeral Web / Michael Karlsson & Helle Sjøvaag // Digital Journalism, Volume 4, 2016 – Issue 1. – Pp. 177-192
19. Croucher Stephen M., Cronn-Mills Daniel. Understanding Communication Research Methods. A Theoretical and Practical Approach. – Routledge, 2021. – 334 p.
20. Exploring the use of content analysis methodology in consumer research / May Kristin Vespestad, Anne Clancy // Journal of Retailing and Consumer Services 16 December 2020 Volume 59 (Cover date: March 2021) Article 102427
21. Kopecka-Piech Katarzyna, Bolin Göran. Contemporary Challenges in Mediatisation Research. – Routledge, 2023. – 214 p.
22. Making use of quantitative content analysis: Insights from academia and business practice / Johannes Brunzel // Business Horizons 3 February 2021 Volume 64, Issue 4 (Cover date: July–August 2021) - Pp. 453-464
23. Measuring international relations in social media conversations / George A. Barnett, Weiai Wayne Xu Han Woo Park // Government Information Quarterly. January 2017. Volume 34, Issue 1. - Pp. 37-44.
24. Nyumba Tobias O., Wilson K., Mukherjee Nibedita The use of focus group discussion methodology: Insights from two decades of application in conservation // Qualitative methods for eliciting judgements for decision making. 2018. - Pp. 20-32.
25. Riffe Daniel, Lacy Stephen, Watson Brendan R., Lovejoy Jennette. Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research. – Routledge, 2024. – 242 p.

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. «Вокс Україна» незалежна аналітична платформа. Дослідження URL: <https://voxukraine.org/doslidzhennya/>
2. International Sociology: SAGE Journals. URL: <https://journals.sagepub.com/home/iss>
3. SOCIS: Центр соціальних та маркетингових досліджень. URL: <http://socis.kiev.ua/ua/>

4. Академія української преси (Моніторинг) URL: <http://www.aup.com.ua/>
5. Архів журналу «Соціологія: теорія методи, Маркетинг». URL: <http://stmm.in.ua/archive/>
6. Детектор медіа. Моніторинг URL: <https://detector.media/category/monitoring/>
7. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. URL: <http://www.journ.univ.kiev.ua/>
8. Інститут соціології НАН України. URL: <http://i-soc.com.ua/>
9. Київський міжнародний інститут соціології (Прес-релізи та звіти) URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports>
10. Київський міжнародний інститут соціології. URL: <https://www.kiis.com.ua/>
11. Портал «Медіаосвіта і медіаграмотність». URL: <http://medialiteracy.org.ua/>
12. Проект Тексти.org.ua (Журналістика даних, Статті) URL: <http://texty.org.ua/>
13. Соціологічна асоціація України. URL: <http://www.sau.kiev.ua/>
14. Соціологічна група «Рейтинг». URL: <http://ratinggroup.ua/>
15. Соціологія та соціальні дослідження: що, як, навіщо? Онлайн курс на платформі Prometheus. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/IRF/SOC101/2015_T1/about
16. Телекритика. Вся правда про медіа URL: <http://www.telekritika.ua/>
17. Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка. URL: <http://www.uisr.org.ua/>
18. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. URL: <https://dif.org.ua/>
19. Центр контент-аналізу (Відкриті звіти) URL: <http://ukrcontent.com/>
20. Центр Разумкова. URL: <http://razumkov.org.ua/>
21. Центр соціальний моніторинг. URL: <https://smc.org.ua/>

Додаток до робочої програми навчальної дисципліни «Дослідження
медіакомунікацій»
(назва дисципліни)


Дію робочої програми продовжено: на _____

В.о. декана соціологічного факультету В'ячеслав НІКУЛІН

_____ В'ячеслав НІКУЛІН
(підпис) (прізвище, ініціали)

«___» _____ 202__ р.

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

 _____ Юлія СОРОКА
(підпис) (прізвище, ініціали)

«___» _____ 202__ р.