

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра політичної соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Медіааналітика

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти **бакалаврський**
галузь знань **06 журналістика**
спеціальність **061 журналістика**
освітня програма **медіакомунікації та зв'язки з громадськістю**
вид дисципліни за вибором
факультет **соціологічний**

2023/2024 навчальний рік

Програму обговорено та рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету “28” червня 2023 року, протокол №6

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Бойко Дмитро Миколайович, к. соц. н., старший викладач кафедри політичної соціології,

Програму схвалено на засіданні кафедри політичної соціології
Протокол від “23” червня 2023 року №11

в.о. завідувача кафедри



В'ячеслав НІКУЛІН

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету
Протокол від “26” червня 2023 року №9

Голова науково-методичної комісії



Юлія СОРОКА

Гарант освітньої програми

«Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»
спеціальності 061 Журналістика



Сергій АКСЬОНОВ

Програму вивчення вибіркової навчальної дисципліни “*Медіаналітика*” складено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів напрямку 061 Журналістика.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є методи та методики науково-критичного аналізу класичних та конвергентних мас-медіа.

Програма навчальної дисципліни складається з таких розділів:

1. АНАЛІТИЧНІ ЗАСОБИ КРИТИКИ МЕДІА

2. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ КРИТИКИ МЕДІА

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни “*Медіаналітика*” є розвиток у студентів практичних навичок критичного аналізу медіасередовища шляхом поступового оволодіння різноманітними методами та методиками критико-аналітичного пізнання класичних та сучасних мас-медіа.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- визначити сутність, центральні принципи, межі, особливості, цілі критико-аналітичних засобів пізнання світу;
- розкрити специфіку використання критико-аналітичних засобів для дослідження медіа;
- познайомити студентів із основними методами та методиками аналізу медіа: SWOT, GAP, PEST, SNW, контент-аналіз, аналіз документів, декілька варіацій дискурс-аналізу;
- застосувати кожен з зазначених вище методів до критичного аналізу конкретних реалій медіасередовища;
- навчити студентів написанню профільних текстів (критичній рецензій).

1.3. Кількість кредитів

для денної форми навчання – 3, для заочної форми навчання – 3.

1.4 Загальна кількість часів – 90

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Рік підготовки	
3-й	3-й
Семестр	
5-й	5-й
Лекції	
16 год.	4 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
42 год.	42 год.

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

знати:

- роль та місце критичного аналізу у науково-теоретичному та науково-практичному пізнанні;
- особливості використання критичного інструментарію у дослідженні мас-медіа;
- переваги та недоліки основних методів та методик аналізу мас-медіа;
- обмеження у використанні аналітичних методів для критики мас-медіа;

вміти та володіти навичками:

- обирати найбільш прийнятні та відповідні методи аналізу для досягнення конкретної мети;
- використовувати основні методи та методики аналізу медіа (SWOT, GAP, PEST, SNW, контент-аналіз, аналіз документів, декілька варіацій дискурс-аналізу);
- готувати критичну рецензію;
- презентувати результати критичного аналізу медіа.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНІ ЗАСОБИ КРИТИКИ МЕДІА

Тема 1. Вступ: критичний аналіз як метод наукового пізнання медіа

Загальнонаукові, філософські та соціологічні засади критико-аналітичного пізнання соціального світу. Загальнофілософські, загальнонаукові та спеціально-наукові уявлення про аналіз. Аналіз та синтез. Перехід від складного до простого. Аналіз та діалектика. Системний та синергійний підходи до аналізу. Дедуктивні та індуктивні стратегії аналізу. Кількісні, якісні та синтетичні стратегії аналізу.

Тема 2. Специфіка використання критичних засобів для дослідження медіа

Загальнонаукові, філософські та соціологічні засади критичного пізнання медіа. Уявлення про ідейну навантаженість будь-якої соціальної теорії. Наукові та екстра-наукові заперечення можливості існування теоретичної та практичної неупередженості при вивченні суспільства. Оцінка позитивістських позицій як «контр-наукової нещирості». Неупередженість, нейтральність, байдужість, відповідальність та специфіка соціологічної об'єктивності. Уявлення про принципову різницю між точними, природними та соціальними науками. Відповідальність вченого за оцінку об'єкту, що вивчається, нерозривність суб'єкту та об'єкту соціального пізнання. Критика без пропозицій та «гебельсівські» мотиви її заперечення.

Тема 3. Методи стратегічного аналізу медіа

Роль аналізу ЗМІ у стратегічному плануванні та тактичних рішеннях. Контекст використання методів SWOT, GAP, PEST, SNW для дослідження мас-медіа. Переваги та недоліки запропонованих методів. Обмеження у застосуванні даних методів.

Тема 4. Кабінетний аналіз у критиці ЗМІ

Суть та форми кабінетного аналізу як окремого методу та/або етапу критики. Аналіз літератури. Аналіз порядку денного. Наративний аналіз. Аналіз образів. Аналіз чуток. Аналіз фреймів. Розвідувальне, цільове, фундаментальне дослідження ЗМІ. Разові та серійні дослідження (панелі, моніторинги).

Тема 5. Контент-аналіз в інструментарії медіааналітика

Суть та форми контент-аналізу як кількісного методу дослідження сучасних ЗМІ. Переваги та недоліки кількісних методів кабінетного дослідження для вивчення мас-медіа (на прикладі контент-аналізу). Засоби досягнення точної фіксації показників в масивах емпіричних даних та їхньої надійності. Мінімізація впливу суб'єктивного фактору. Процедура проведення контент-аналізу: відбір джерел, побудова емпіричної моделі, визначення одиниць аналізу. Text Mining.

Тема 6. Дискурс-аналіз як методологія та метод критики медіа

Мас-медіа як дискурс(и). Методологія та метод дискурс-аналізу (Т. ван Дейк, Н.Феркло, Е.Лакло, Ш.Муфф, М. Фуко). Критичний дискурс-аналіз. Процедура дискурс-аналізу.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ КРИТИКИ МЕДІА

Тема 7. Види критики в медіаналітиці

Критика як висловлювання позиції. Критика як спосіб пізнання. Критика як «демон Сократа». Критика як модель взаємодії в медіасередовищі. Критика як методологічна та світоглядна позиція. Критика як засіб розкриття неочевидних, невидимих та замаскованих протиріч та обумовленостей.

Тема 8. Критична журналістика

Історія та ідеологія критичної журналістики. Редакційна незалежність як основа критичної журналістики. Можливості блогінгу для розвитку критичної журналістики. Закордонні та вітчизняні приклади критичної журналістики. Нові та традиційні об'єкти критики «макрейкерами».

Тема 9. Художня критика

Особливості художньої критики як висловлення позиції автора. Художня критика як засіб розуміння художнього тексту. Роль критики в розвитку мистецтва. Кінокритика. Музикальна критика. Оперативна та глибока художня критика. Жанрові особливості критичної рецензії.

Тема 10. Критика критики

Суть та роль метакритики/посткритики. Вітчизняні та закордонні приклади метакритики. Критика як діловий, художній чи науковий діалог. Мистецтво самокритики та самокритика мистецтва. Критика критичної критики.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин												
	денна форма						заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Розділ 1. АНАЛІТИЧНІ ЗАСОБИ КРИТИКИ МЕДІА													
Тема 1. Вступ: критичний аналіз як метод наукового пізнання медіа	10	1	2			7	10	1					9
Тема 2. Специфіка використання критичних засобів для дослідження медіа	10	1	1			8	10	1					9
Тема 3. Методи стратегічного аналізу медіа	10	2	1			7	10	1					9
Тема 4. Кабінетний аналіз у критиці ЗМІ	10	2	1			7	10	1					9
Тема 5. Контент-аналіз в інструментарії медіаналітики	10	1	2			7	10		1				9
Тема 6. Дискурс-аналіз як методологія та метод критики медіа	10	1	1			8	10		1				9
Разом за розділом 1	60	8	8			44	60	4	2				54
Розділ 2. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ КРИТИКИ МЕДІА													

Тема 7. Види критики в медіаналітиці	15	2	2			11	15		1			14
Тема 8. Критична журналістика	15	2	2			11	15	1				14
Тема 9. Художня критика	15	2	2			11	15	1				14
Тема 10. Критика критики	15	2	2			11	15		1			14
Разом за розділом 2	16	8	8			44	60	2	2			56
Усього годин	120	16	16			88	120	6	4			110

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
РОЗДІЛ 1. Аналітичні засоби дослідження медіа			
1	Аналіз та синтез у суспільних науках <i>Питання семінару:</i> 1. Суть та форми аналізу в науці 2. Діалектика аналізу та синтезу: чому і навіщо? 3. Як перейти від складного до простого? 4. Як перейти від простого до складного?	2	
2	Соціологічні методи аналізу ЗМІ <i>Питання семінару:</i> 1. Кількісні та якісні методи 2. Опитувальні та неопитувальні методи 3. Порівняльні методи: хронологічно, географічно, як ще? 4. Методи аналізу ЗМІ: брати готові чи розробляти свої?	1	
3	Практика кабінетного аналізу ЗМІ <i>Питання семінару:</i> 1. Як провести аналіз порядку денного? 2. Як провести аналіз образів та чуток? 3. Як провести аналіз фреймів 4. Розвідувальні, цільові та фундаментальні дослідження порядку денного, образів, чуток та фреймів	1	
4	Стратегічне планування та медіааналітика <i>Питання семінару:</i> 1. Навіщо складати свій чи розуміти чужий медіаплан? 2. SWOT 3. GAP 4. PEST	1	
5	Практика контент-аналізу ЗМІ <i>Питання семінару:</i> 1. Можливості та обмеження контент-аналізу 2. Які одиниці рахувати? 3. Як рахувати одиниці? 4. Як аналізувати пораховане?	2	1
6	Дискурс-аналіз мас-медіа <i>Питання семінару:</i>	1	1

	1. ЗМІ – дискурс чи дискурси? 2. Чому варто забути Фуко? 3. Як застосувати теорії Е. Лакло, Ш. Муфф та Н. Феркло на практиці? 4. Критичний дискурс-аналіз: навіщо, чому, як?		
	Разом за розділом 1	8	2
РОЗДІЛ 2. Критичний підхід у практичному застосуванні			
7	Критика медіа <i>Питання семінару:</i> 1. Які є види критики в медіааналітиці? 2. Як через критику оголошувати власну позицію? 3. Як через критику вдосконалити текст? 4. Як працює «демон Сократа» в медіакритиці?	3	1
8	Особливості критичної журналістики <i>Питання семінару:</i> 1. Що таке критична журналістика? 2. Чому протистоїть критична журналістика? 3. Чи можлива критична журналістика в Україні? 4. Як розвиток блогінгу вплинув на критичну журналістику?	1	
9	Практика написання та корегування критичних рецензій <i>Питання семінару:</i> 1. Оглядова та критична рецензія: різниця лише у розмірах? 2. Для кого пишемо критичну рецензію? Особливості жанрів та читачів 3. Структурні елементи критичних рецензій: обов'язкове та достатнє 4. Специфіка колективної роботи над критичною рецензією	2	
10	Практика самокритики <i>Питання семінару:</i> 1. Суть самокритики 2. Функції самокритики 3. Обмеження самокритики	2	1
	Разом за розділом 2	8	2
	Усього годин	16	4

5. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Денна форма		Заочна форма	
		Кількість годин	Форма контролю	Кількість годин	Форма контролю
РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНІ ЗАСОБИ КРИТКИ МЕДІА					

1	Вступ: критичний аналіз як метод наукового пізнання медіа	6	Доповідь	6	Аналітич на записка
2	Специфіка використання критичних засобів для дослідження медіа	6		5	
3	Методи стратегічного аналізу медіа	6	Доповідь	5	
4	Кабінетний аналіз у критиці ЗМІ	6		5	
5	Контент-аналіз в інструментарії медіаналітики	6	Аналітична записка	5	
6	Дискурс-аналіз як методологія та метод критики медіа	7		5	
Разом за розділом 1		37		31	
РОЗДІЛ 2. КРИТИЧНИЙ ПІДХІД У ПРАКТИЧНОМУ ЗАСТОСУВАННІ					
7	Тема 7. Види критики в медіаналітиці	9	Доповідь	8	Контроль на робота
8	Тема 8. Критична журналістика	10	Доповідь	8	
9	Тема 9. Художня критика	9	Контрольна робота	9	
10	Тема 10. Критика критики	9		8	
Разом за розділом 2		37		33	
Усього годин		74		64	

6. Індивідуальна робота

Контрольна робота.

Аналітична записка:

1. Обрати будь-який іноземний англомовний музичний гурт або виконавця
2. Відібрати щонайменше три пісні, що стосуються тематики жінки.
3. Провести розбір лірики пісні, заповнюючи таблицю:

Критерії відбору пісні

Характеристики жінки

Активні дії жінки

Пасивні дії жінки (дії з жінками, по відношенню до жінок і т. п.)

Пісня No1

Пісня No2

Пісня No3

*це орієнтовний шаблон, за потреби Ви можете його змінювати

4. Систематизувати та узагальнити отримані дані.
5. Написати аналітичну записку за результатами дослідження.

Структурні елементи аналітичної записки:

- Дизайн дослідження (приблизно 1 сторінка тексту)

о опис проблеми, проблемної ситуації, тематики

о мета дослідження

о завдання дослідження

о гіпотези дослідження

о відомості про генеральну та вибірккову сукупність

о опис методу та методики дослідження

о опис критеріїв відбору спостережень

- Представлення даних (1-2 сторінки)

- Інтерпретація та пояснення даних, формулювання висновків (2-3 сторінки)

- Пропозиції щодо подальших досліджень теми (до 1 сторінки)

- Додатки (туди додаємо заповнену таблицю контент-аналізу та, за наявності, інші службові матеріали).

7. Елементи дистанційного викладання

Етап роботи	Форма роботи	Онлайн-платформа
1. Попередня підготовка	Опитування	Канал у Telegram
2. Подача нової інформації	Аудіозапис Тексти Відеоконференція	Google-classroom Google-classroom Discord
3. Тренування	Питання для самоперевірки Обговорення (чат, форум) Спостереження за явищем Перегляд фільмів	Telegram / Google-classroom Telegram / Discord Discord / Youtube Discord / Youtube
4. Виконання практичного завдання	Пошук відповідей на питання Інтерактивні практичні завдання	Google-classroom Google-classroom
5. Оцінювання	Виконання практичного завдання Письмова робота	Google-classroom Google-classroom
6. Рефлексія	Відповіді на рефлексивні питання	
7. Зворотній зв'язок	Чат, форум, опитування аудіо-, відео- або текстові повідомлення з коментарем	Telegram / Google-classroom / Discord

8. Методи контролю

Доповіді. Контрольна робота. Письмова робота (аналітична записка). Письмовий залік (відкриті питання).

Приклади питань контрольної роботи:

1. Які види критики в медіааналітиці існують? Чим вони відрізняються?
2. Суть та форми критичного дискурс-аналізу
3. Утопія як спосіб соціальної критики

Мінімальна кількість балів для допуску до складання заліку – 10 балів.

Критерії оцінювання залікової роботи

Високий рівень 31 - 40 балів	відповідь характеризується: повними і глибокими знаннями з предмету; вільним володінням спеціальною термінологією; творчим креативним підходом. Студент демонструє відмінні навички критичного аналізу медіатекстів, грамотно використовує критичний арсенал, запропонований у курсі, аргументовано та послідовно висловлює авторське бачення проблеми
------------------------------	--

<i>Середній рівень</i> 16 – 30 балів	- відповідь характеризується: повними і глибокими знаннями з предмету; вільним володінням термінами, поняттями; допущенням неточностей у викладі матеріалу; помилками при відповідях на питання. Студент демонструє добре навички критичного аналізу медіатекстів, грамотно використовує критичний арсенал, запропонований у курсі, робить спроби висловлювання авторського бачення проблеми
<i>Низький рівень</i> 1-15 балів	- відповідь характеризується: слабким знанням теоретичного матеріалу; допущенням деяких помилок у відповідях на питання. Студент демонструє базові навички критичного аналізу медіатекстів, є спроби використання критичного арсеналу, запропонованого у курсі, не робить спроб висловлювання авторського бачення проблеми
<i>Незадовільний рівень</i> 0 балів	- відповідь характеризується: дуже слабким знанням теоретичного матеріалу; допущенням грубих помилок у відповідях на питання. Студент не демонструє навичок критичного аналізу медіатекстів, немає спроб використання критичного арсеналу, запропонованого у курсі, не робить спроб висловлювання авторського бачення проблеми

Примітка. Виконання студентом залікової підсумкової роботи є необхідною умовою складання заліку.

9. Схема нарахування балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота										ІНДЗ	Залік	Сума
Розділ 1					Розділ 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	20 балів	40 балів	100
Для денного відділення												
8		8			К.р. №1 - 8		4	4	К.р.№2 - 8			
Для заочного відділення										20 балів	40 балів	100
Контрольна робота – 40 балів												

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для заліку
50-100	зараховано
1-49	не зараховано

10. Питання до заліку

1. Загальнонаукові засади критико-аналітичного пізнання медіа
2. Філософські засади критико-аналітичного пізнання медіа
3. Соціологічні засади критико-аналітичного пізнання медіа
4. Чому (не) можна казати, що будь-який медіатекст є ідейно навантаженим?

5. Специфіка журналістської об'єктивності: неупередженість, нейтральність, байдужість, відповідальність?
6. Суть та форми кабінетного аналізу як окремого методу та/або етапу критики
7. Мас-медіа як дискурс(и)
8. Критичний дискурс-аналіз: суть та види
9. Процедура критичного дискурс-аналізу Е. Лакло та Ш. Муфф
10. Процедура критичного дискурс-аналізу Н. Феркло
11. Види та форми критики в медіааналітиці
12. Критика як висловлювання позиції
13. Критика як спосіб пізнання
14. Критика як «демон Сократа»
15. Критика як модель взаємодії в медіасередовищі
16. Критика як методологічна та світоглядна позиція
17. Критика як засіб розкриття неочевидних, невидимих та замаскованих протиріч та обумовленостей.
18. Чим критична журналістика відрізняється від іншої?
19. Можливості блогінгу для розвитку критичної журналістики
20. Особливості художньої критики як висловлення позиції автора
21. Художня критика як засіб розуміння художнього тексту
22. Оперативна та глибока художня критика. Жанрові особливості критичної рецензії
23. Суть та роль метакритики/посткритики

11. Рекомендоване методичне забезпечення

Базова література:

1. Boltanski Luc, Thévenot Laurent. De la justification. Les économies de la grandeur, avec, Paris, Gallimard, 1991.
2. Sztompka Piotr. Socjologia wizualna: fotografia jako metoda badawcza. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa. 2005.
3. Барт Р. Від твору до тексту//Антологія світової літературно-критичної думки / За ред. М. Зубрицької.— Львів, 1996.— С. 378—384;
4. Бойко Дмитрий. Какво все пак казва лисицата: първа скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // Социология в (пост) модерността. Материали от XIX Международна научна конференция на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).—, 2021. — 176 с. — С. 26-27.
5. Гороховатський, В. О.; Творошенко, І. С. (2021). Методи інтелектуального аналізу та оброблення даних. Kharkiv, Ukraine: Press of the Kharkiv National University of Radioelectronics. <https://dx.doi.org/10.30837/978-966-659-298-2>
6. Дерріда Ж. Структура, знак і гра в дискурсі гуманітарних наук //Антологія світової літературно-критичної думки / За ред. М. Зубрицької.— Львів, 1996 — С. 457—470.
7. Запороженко Руслан. Кой живее добре в норвежки затвор: първа скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // Социология в (пост) модерността. Материали от XIX Международна научна конференция на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).—, 2021. — 176 с. — С. 47-48.
8. Зарівна О. Т., Марків О. Т. Теоретичні засади професії медіааналітика: від аналізу інформаційних потоків до англомовної компетентності. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 8(76), грудень. С. 100–103.
9. Костенко Н. В. Масова комунікація. // Соціологія: навч.посібник. За ред. С. О. Макеєва. — К.: Українська енциклопедія, 1999.
10. Литовченко Артџом. Кой все пак беше Рюрик: първата скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // Социология в (пост) модерността. Материали от XIX Международна научна

конференція на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).—, 2021. – 176 с. – с. 72-73.

11. Омеляненко В., Артюхова Н. (2021). Маркетинг відносин в контексті реалізації проектів трансферу технологій на рівні регіонів і територій. Економіка та суспільство, (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-3>

12. Рікер П. Конфлікт інтерпретацій // Антологія світової літературно-критичної думки / За ред. М. Зубрицької.— Львів, 1996.—С. 227—241.

13. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / Пер. с польск. Н. В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н. Е. Покровский. — М.: Логос, 2007. — 168 с.

14. Юськів Б. М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід. — Рівне.: Перспектива, 2006. — 203 с.

Допоміжна література:

1. Benchimol, Jonathan; Kazinnik, Sophia; Saadon, Yossi (2022). Text mining methodologies with R: An application to central bank texts. *Machine Learning with Applications*. 8: 100286. doi: 10.1016/j.mlwa.2022.100286.

2. Berger A. A. Media and Communication Research Methods. An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. – Sage Publ. Thousand Oaks, 2000.

3. Dovgal, S., Buturlina, O. and Tukhtarova, T. 2020. Philosophical problems of transformation of media space under the influence of digital technologies. *Grani*. 23, 1-2 (Feb. 2020), 40-48. DOI:<https://doi.org/10.15421/172012>.

4. Kavyerina, A.S. 2014. Trust to mass-media: micro- and macrolevel. *Grani*. 17, 12 (Nov. 2014), 166-171.

5. Keller R. Entering Discourses: A New Agenda for Qualitative Research and Sociology of Knowledge [Web resource] / R. Keller // *Qualitative Sociology Review*. – 2012. – No. 8(2). – P.46 – 75. – URL: http://www.qualitativesociologyreview.org/ENG/Volume22/QSR_8_2_Keller.pdf.

6. Keller R. Sociology of Knowledge Approach to Discourse Analysis. A Research Programm for the Analysis of Social Relationships of Knowledge and Politics of Knowledge [Web resource] / R. Keller. – 2011. URL: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10746-011-9175-z#page-1>.

7. Krippendorff, K. (1980). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Chapter 5. — Newbury Park, CA: Sage. — p. 98 — 124.

8. Kwet, Michael (2020). The Rise of Smart Camera Networks, and Why We Should Ban Them. *The Intercept*. URL: <https://theintercept.com/2020/01/27/surveillance-cctv-smart-camera-networks/>

9. Lasswell H. D. The Technique of Symbol Analyses (Content-analysis) // *Experimental Division*. 1941.

10. Leidecker-Sandmann, Melanie (2021). Personalization (Election Campaign Coverage). DOCA - Database of Variables for Content Analysis. doi:10.34778/2g

11. Oehmer-Pedrazzi, Franziska; Kessler, Sabrina; Humprecht, Edda; Sommer, Katharina; Castro Herrero, Laia (2022). DOCA - Database of Categories for Content Analysis. URL: <https://www.hope.uzh.ch/doca>

12. Oleinik, Anton; Popova, Irina; Kirdina, Svetlana; Shatalova, Tatyana (2014). On the choice of measures of reliability and validity in the content-analysis of texts. *Quality & Quantity*. 48 (5): 2703–2718. doi:10.1007/s11135-013-9919-0

13. Petrenko, D.V. 2015. Medial turn in philosophy. *Grani*. 18, 5 (Apr. 2015), 98-102. DOI:<https://doi.org/10.15421/1715106>

14. Антологія світової літературно-критичної думки / За ред. М. Зубрицької.—Львів, 1996.— С. 600—630.

15. Герус О. Застосування дискурс-аналітичного підходу у дослідженні комерційної реклами. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2018. №39, 101-109. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/9901>

16. Коваліско Н. В. Комерційна реклама і споживання: соціологічний дискурс : монографія / Н. В. Коваліско, О. І. Герус. – Львів, 2017. – 183с.

17. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики. / Наталія Костенко, Валерій Іванов. — К.: Центр вільної преси, 2003. — § 4, 5. — С.69

18. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки / В. Кулик. – К.: Критика, 2010. – 657 с.

19. Медіааналітика іноземних благодійних організацій в Україні. *Marketing Media Review*. URL:

<https://mmr.ua/show/mediaanalitika-inozemnih-blagodijnih-organizacij-v-ukrayini> (дата звернення: 12.08.2022)

20. Нагорна Л. Дискурс-аналіз // Політична енциклопедія / редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови). — К. : Парламентське видавництво, 2011. — С. 218.
21. Павленко Н. О. Основні підходи та методи дослідження дискурсу / Н. О. Павленко // Вісник Житомирського держ. Університету ім. І.Франка. — 2005. — № 22. — С. 126 – 128.
22. Семигіна Т. В. Використання дискурс-аналізу в дослідженнях із соціальної роботи / Т. В. Семигіна // Наукові записки. Том 19, Спеціальний випуск : у двох частинах. Частина 2/ Національний університет «Києво-Могилянська академія». — 2001. — Том 19. — С. 322 – 325.
23. Федорів Т. Репутаційні ризики та комунікаційний менеджмент в органах державної влади. Вісник національної академії державного управління. С. 137-147.
24. Швець О. В., Флюр О. М. Контент-аналіз // Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т. /Редкол.:Л. В. Губерський (голова) та ін. — К: Знання України, 2004 — Т.1 — 760с.
25. Шерстюк Н. В. Дискурс: відстановлення поняття досоціально-конструкціоністських теорій дискурс-аналізу / Н. В. Шерстюк // Нова парадигма. — 2013. — Вип. 114. — С. 50-58. — URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nopa_2013_114_8.

Електронні ресурси:

1. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/INDEX_SOCIO.php
2. <https://bakertilly.ua/news/id444448>
3. <https://para.school/blog/marketing/swot-analiz>

14. Орієнтовні теми аналітичних звітів

1. Особливості образу політичної партії/політичного діяча у електоральному дискурсі
2. Засоби конструювання позитивного/негативного образу особи/організації/продукту/ідеї в мас-медіа
3. Особливості позиціонування особи/організації/продукту/ідеї в мас-медіа
4. Основні елементи стратегії просування особи/організації/продукту/ідеї в мас-медіа
5. Причини та наслідки розповсюдженості інформаційних приводів у певний період / певній локації
6. Порядок денний у певний період / певній локації: причини та наслідки
7. Ключові фрейми сприйняття особи/організації/продукту/ідеї в мас-медіа у певний період / певній локації
8. Конструювання антагонізмів певного дискурсу
9. Ризики та можливості медіаплану особи/організації/продукту/ідеї
10. Прогнози динаміки певного дискурсу у певний період / певній локації