

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ТЕХНОЛОГІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІА

для студентів

галузь знань 05 "Соціальні та поведінкові науки"  
спеціальність 054 «Соціологія»  
освітній рівень бакалавр  
освітня програма «Соціальні технології»  
вид дисципліни вибіркова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2020/2021
Семестр	4
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік

Викладач: Чудовська І.А.

Пролонговано: на 2021/2022 н.р. Чудовська І.А. « 31 » 08 2021 р.  
(підпис, ПІБ, дата)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис, ПІБ, дата) «\_\_»\_\_ 20\_\_ р.

КИЇВ – 2020

Розробник(и):  
Чудовська І.А. д.соц., доцент кафедри галузевої соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО  
В.о. зав. кафедри галузевої соціології  
(Безрукова О.А.)  
Протокол № 2 від « 28 » 08 2020 р.

Схвалено науково - методичною комісією факультету соціології

Протокол від «28» серпня 2020 року № 1

Голова науково-методичної комісії Червінська Т.Г. Червінська Т.Г.

1. **Мета дисципліни** – формування системи знань вмінь і навичок щодо технологій дослідження медіа.

2. **Дисципліна передбачає** знання теоретичних основ соціології, основ соціальної комунікації і загальних методологічних принципів дослідження.

3. **Анотація навчальної дисципліни:**

Медіа світ сучасності досить різноплановий і навіть складно сказати ми маємо окремі паралельні світи: медіа і соціального чи все-таки «симбіоз», чи один плавно переходить в інший. Така активізація медіа простору його впливу на свідомість індивідів потребує і відповідного інструментарію дослідження, щоб розуміти ризики, та ті смислові посили які в ньому транслюються та їх наслідки. Це потребує знання як технологій так і розуміння доцільності їх використання.

4. **Завдання (навчальні цілі):**

- оволодіння змістом основних категорій медіа простору;
- опанування як теоретичними знаннями так і практичними навиками щодо дослідження медіа;
- вміння визначати основні компоненти різноманітних методів дослідження текстів;
- знання щодо доцільності використання якісної чи кількісної стратегії в дослідженні медіа.

Це спрямовано на формування компетентностей:

Вміння використовувати методи та форми соціальних технологій для прогнозування та аналізу тенденцій суспільного розвитку залежно від суб'єктів соціальної взаємодії СК 14.

5. **Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання**

Код	Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи викладання і навчання)	Методи оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
	Код	Результат навчання			
1.1	Знати умови формування медіа, а також основні етапи становлення досліджень медіа	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10	
1.2	Знати основні моделі медіа досліджень	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10	
2.1	Вміти визначати доцільність використання різних стратегій в дослідженні медіа	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	15	
2.2	Вміти конструювати опитувальники у залежності від обраної стратегії дослідження медіа	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР, есе	20	
2.3	Враховувати відмінності, які існують між текстом, контекстом і дискурсом під час аналізу медіа	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10	
2.4	Вміти обирати методологію, та використовувати конгруентно методи в дослідженні медіа	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	15	
3.1	Представити самостійно проведене дослідження з використанням вивчених методів аналізу медіа	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Презентація власного дослідження	20	

6. **Результати навчання за дисципліною:**

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1
<b>Програмні результати навчання (назва)</b>							
Вміти використовувати інформаційнокомунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації (PH 7)	+	+					+
Запроваджувати соціальні технології для регулювання соціальних відносин та вирішення конфліктів (PH 15)	+	+	+	+	+	+	+
Застосовувати ефективні соціальні, комунікативні, маркетингові технології в роботі з різними соціальними групами (PH 17)	+	+	+	+	+	+	+

7. **Схема формування оцінки.**

7.1 **Форми оцінювання студентів:**

- **семестрове оцінювання:**

1. Доповіді з тем, участь у груповій дискусії 1-10, PH 1.1, PH 1.2, PH 2.1., PH2.2 PH 2.3, PH 2.4, PH 3.1– **50 балів/30 балів**
2. Кр 1 з тем 1 -4, PH 1.2, PH 2.1– **12 балів/6 балів**
3. Підготовка презентацій з тем 5,7, 8, PH 2.1, PH 2.2 PH 2.3, PH 2.4 – **20 балів/12 балів** (4 презентації по 5 максимальних та 3 мінімальних балів за кожно)
4. Кр 2 з теми 5-8, PH 2.1, PH 2.2 ,PH 2.3,PH2.4– **12 балів/8 балів**
5. Написання есе з тем 3, 4, PH 2.1, PH 2.2 ,PH 2.3,PH2.4- **6 балів/4 бали** (2 есе по 3 максимальні або 2 мінімальні бали за кожне)

- **підсумкове оцінювання: у формі заліку.**

- **умови отримання заліку:** для студентів, які набрали сумарно за семестр меншу кількість балів за критично-розрахунковий мінімум – **60 балів**, для одержання заліку обов'язковим є підготовка презентацій, написання есе з пропущених тем.

7.2 **Організація оцінювання:**

1. Доповіді з тем, участь у групових дискусіях 1-10, PH 1.1, PH 1.2, PH 2.1., PH2.2 PH 2.3, PH 2.4,PH 3.1– протягом семестру
2. Кр 1 з тем 1 -4, PH 1.2, PH 2.1 – після вивчення теми 4
3. Підготовка презентацій з тем 7, 8, 9, 10, PH 2.1, PH 2.2 PH 2.3, PH 2.
4. Кр 2 з теми 5-8, PH 2.1, PH 2.2 ,PH 2.3,PH2.4 – після вивчення теми 8
5. Написання есе з тем 3, 4, PH 2.1, PH 2.2 ,PH 2.3,PH2.4

7.3 **Шкала відповідності оцінок**

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

**8. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ ТА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
<b>1. Науково-методологічні та теоретичні основи дослідження медіа</b>				
1.	Теоретичні та соціально-політичні засади становлення досліджень медіа	2	4	6
2.	Етапи становлення досліджень медіа	2	4	6
3.	Різновиди медіа дослідження медіа	4	4	6
4.	Методологія дослідження медіа.	2	6	6
	<i>контрольна робота 1</i>	2		
<b>2. Методи дослідження медіа</b>				
5.	Дискурс і текст	4	4	12
6.	Аналіз документів та контент аналіз в дослідженні медіа	2	4	8
7.	Інтент –аналіз в дослідженні медіа	2	4	8
8.	Дослідження рекламних текстів. Проективні методи в дослідженнях реклами.	4	4	8
	<i>контрольна робота 2</i>	2		
	<b>ВСЬОГО</b>	<b>26</b>	<b>34</b>	<b>60</b>

Загальний обсяг *120 год.*, в тому числі:

Лекцій – *26 год.*

Практичні заняття – *34 год.*

Самостійна робота - *60 год.*

**9. Рекомендовані джерела**

*Основна: (Базова)*

1. Культура.-суспільство- особистість: Навчальний посібник /За ред.Л.Скокової.-К.,2006. С.202 -243.
2. Костенко Н.В. Масова комунікація. / Соціологія під. Ред., С. Макеєва. - К. 2005 -С.153-180.
3. Медіа. Демократія. Культура / За ред.Н.Костенко, А.Ручки.-К.: Інститут соціології НАН України, 2008.- С. 3- 47.
4. Методологія дослідження мас-медіа: робоча книга (handbook)/за заг.ред.К.Г.Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя: ЗНУ, 2017.156с.
5. Мак – Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів 2010.- С.3-60; С. 400- 536.

*Додаткова:*

1. Мельник О.Т. Фокус-групи: методологія, моделювання: Учеб.пособие для студентів/О.Т.Мельникова.- М.: Аспект Пресс, 2007.- С.9-46.
2. Полторак В.А. Маркетинговые исследования.- Днепропетровск «Арт-Пресс».1997.- 130с.
3. Черных А. Мир современных медиа. М. 2007. С.79-99.
4. Чудовська І.А. Соціологія реклами //Посібник. Київ. Вид-цтво: Каравелла.2019.-С.3-89
5. Nowe metody, nowe podejścia w naukach społecznych. Warszawa. Wydawnictwo IFiS 2004. – S. 5-23.