



Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

Наукова тема Інституту журналістики (2019–2024)



Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

Актуальність теми:

- ❖ потреба формування в українському науковому дискурсі сучасної школи медіазнавства;
- ❖ необхідність поєднати теорію медіазнавства й медійну практику в освітньому процесі;



- ❖ загальна тенденція до здійснення міждисциплінарних комплексних досліджень.



Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

Відсутність в українському науковому дискурсі:

- ❖ праць, присвячених становленню медіа-науки;
- ❖ теоретичних розвідок із типології медіазнавчих дисциплін*;
- ❖ титульного терміна на позначення медіа-науки в українських словниках;
- ❖ досліджень із системної організації поняттєво-термінологічного апарату сучасного медіазнавства;
- ❖ зіставних аналітичних оглядів про впровадження медіа-досліджень та медійної практики в освітній процес ЗВО України й зарубіжжя.



MEDIA
NAUKA



* «Медіа-культура», «Медіа-освіта», «Медіа-політика», «Медіа-право», «Медіа-психологія», «Медіа-менеджмент та медіа-маркетинг», «Медіа-економіка», «Медіа-планування», «Медіа-консалтинг», «Медіа-політика та інформаційна безпека», «Медіа-право та захист інтелектуальної власності», «Глобальні та локальні медіа», «Медіа-планування та медіа-прогнозування» та ін.



Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

Відсутність в українському освітньому дискурсі:

- ❖ навчальних програм із системного представлення медіазнавства як галузі, що поєднує знання про медіа та медіа-практики;
- ❖ інформації про реальну практику впровадження медіазнавчих студій в освітній процес закордонних ЗВО;
- ❖ аспірантури й докторантури за дослідницькими програмами з медіа-науки;
- ❖ науково-дослідних медіа-лабораторій, або лабораторій із дослідження медіа (**Media Research Lab**).





Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

Об'єкт дослідження –

медіазнавство як наука та навчальна дисципліна.

Предмет дослідження –

теоретико-методологічні засади й метамова сучасного медіазнавства та практика їх упровадження в освітній процес українських і закордонних ЗВО.

Мета дослідження –

змодельовати медіазнавчий дискурс та показати його реальну адаптацію в освітньому процесі Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.



Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

Завдання:



- ❖ проаналізувати основні напрями наукових пошуків у медіа-дослідженнях;
- ❖ розробити теоретико-методологічні засади українського медіазнавства, окреслити практичні сфери його застосування;
- ❖ описати метамову медіа-науки, систематизувати її термінологічно-поняттєвий апарат; на цій основі створити е-словник формату БД дефініцій основних понять медіазнавства;
- ❖ розкрити специфіку впровадження медіазнавчих студій в освітній процес українських ЗВО та зарубіжжя.



Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

На теоретико-методологічному рівні передбачено:

- ❖ обґрунтування різних підходів та концепцій до визначення медіазнавства як галузі знання, що формується;
- ❖ розроблення типології медіазнавчих дисциплін;
- ❖ опрацювання ключових термінів і понять медіа-науки, виявлення особливостей їх функціонування в українській мові;
- ❖ створення концепції е-словника формату БД дефініцій основних понять медіазнавства;
- ❖ формування медіа-компетентності, вміння свідомо орієнтуватися в медіа-просторі та використовувати сучасні медіа-технології.





Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

На рівні практичного впровадження передбачено:

- ❖ розроблення й використання в освітньому процесі ІЖ –
 - нових дисциплін та освітніх програм медіазнавчого циклу;
 - електронних освітніх ресурсів для комп'ютеризованого навчання та науково-дослідницької роботи;
 - нових сертифікатних програм на базі Медіа-школи Університету Грінченка – «Медіа-компетентність», «Сучасні інтегровані комунікації»;
 - тренінгів і семінарів для викладачів на базі Центру медіа-освіти;
- ❖ запровадження міжнародної освітньої програми подвійних дипломів за спеціальністю «медіазнавство»;
- ❖ створення платформ для постійної взаємодії наукової спільноти та фахівців-практиків медійної галузі –
 - Міжнародна науково-практична конференція «Медіазнавчі студії в європейському діалозі: освітній та науковий дискурси»;
 - Всеукраїнська науково-практична онлайн-конференція «Інтернет-журналістика та сучасні технології в медіа»;
 - щорічна студентська науково-практична конференція «Бібліотека і книга у цифровому медіа-світі»;
 - щомісячні науково-практичні семінари «Сучасне медіазнавство: теорія і практика».





Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

Результати дослідження будуть:

- ❖ узагальнені й опубліковані в традиційному форматі —
 - наукових статтях,
 - колективній монографії,
 - словниках-мінімумах до навчальних дисциплін,
 - навчально-методичних матеріалах;
- ❖ розроблені й представлені у форматі електронних освітніх ресурсів —
 - ЕНК медіазнавчого циклу,
 - е-словника формату БД дефініцій основних понять медіазнавства;
- ❖ апробовані на міжнародних і всеукраїнських конференціях, форумах, з'їздах, симпозіумах, круглих столах, науково-практичних семінарах;
- ❖ висвітлені популярно.



Модель репрезентації наукової теми Інституту журналістики



Проміжні результати дослідження





Ключові терміни:
медіа-дослідження
медіазнавство
медіа-наука
медіологія

Мета –
окреслити межі медіазнавства
як нової галузі знання, що
перебуває на етапі
становлення, визначити
поняття титульного терміна на
її позначення.

Дослідження 1. Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі

Напрямок 1. Медіазнавство в науковому дискурсі

Етап 1. [триває] Окреслення обсягу системотвірного поняття “медіазнавство”

Етап 2. [передбачає] Опис кореляції понять

- англ. “media studies”/ “media science”/ “media research”
- укр. “медіазнавство”
- пол. “mediosnawstwo”
- англ. “mediology”
- фр. “médiologie”

Етап 3. [передбачає] Формулювання дефініції системотвірного поняття “медіазнавство”, теоретичних положень про предмет, завдання та основні структурні підрозділи галузі



Ключові терміни:
медіа-дослідження
медіазнавство
медіа-наука
медіологія

- 36 університетів США
- 31 університет Великої Британії
- 6 університетів Канади
- 9 університетів Нідерландів

На початок 2018/19 н.р.
в Україні діяло **652** ЗВО –
РБК-Україна з покликанням на
Державну службу статистики.

Дослідження 1. Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі

Напрямок 2. Тенденції розвитку освітнього медіазнавчого дискурсу

Етап 1. [триває] Контент-аналіз англomовних сайтів закордонних ЗВО, у яких засновано або впроваджено

- Media Studies Faculty
- Media Studies Department
- Media Studies Courses
 - BA in Media Studies
 - MA in Media Studies
 - PhD in Media Study
- Media Research Lab

Етап 2. [передбачає] Контент-аналіз сайтів українських ЗВО

Етап 3. [передбачає] Зіставлення результатів контент-аналізу, налагодження співпраці та формулювання пропозицій щодо впровадження інновацій в організацію освітнього процесу Інституту журналістики



Ключові терміни:
медіа-дослідження
медіазнавство
медіа-наука
медіологія

- 36 університетів США
11 Media Studies

- 6 університетів Канади
5 Media Studies

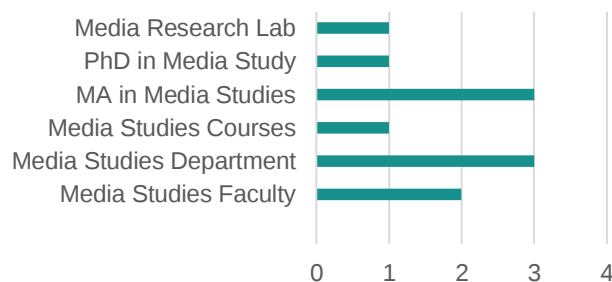
- 31 університет Великої
Британії
9 Media Studies

- 9 університетів Нідерландів
3 Media Studies

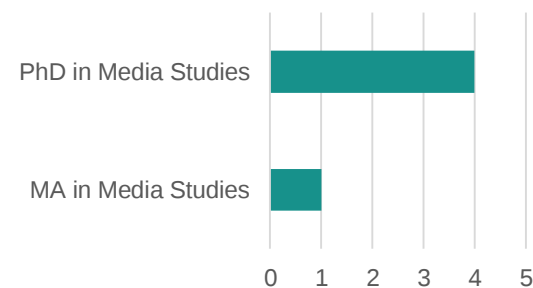
Дослідження 1. Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі

Контент-аналіз англomовних сайтів закордонних ЗВО

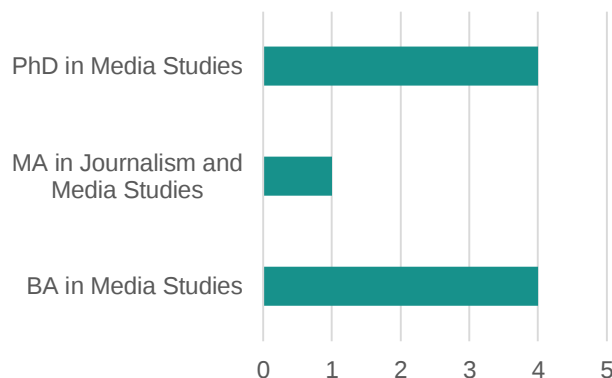
США



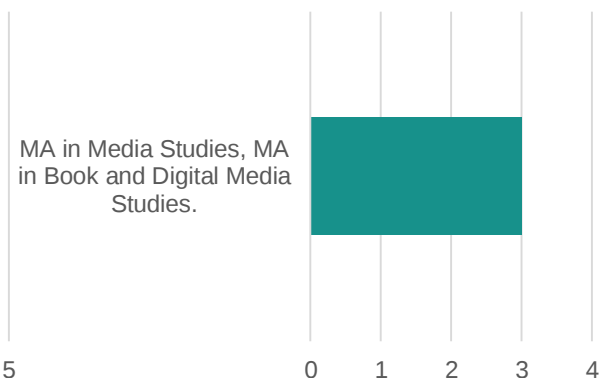
Канада



Велика Британія



Нідерланди





Ключові терміни:
медіа-дослідження
медіазнавство
медіа-наука
медіологія

- 7 науково-практичних семінарів
«Сучасне медіазнавство: теорія і практика»
- 40 ключових термінів
 - 27 виконавців
 - зібрано дефініції 30-ти термінів

Дослідження 1. Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі

Напрямок 3. Е-словник основних понять медіазнавства

Етап 1. [завершено] Визначення мети створення бази, сфери її використання та об'єкта

Етап 2. [завершено] Визначення переліку термінів базового рівня на позначення структурних підрозділів медіазнавства, формування робочої групи, розподіл виконавців

Етап 3. [завершено] Розроблення структури подання термінів у таблиці Excel

Етап 4. [триває] Пошук джерел добору матеріалу, інвентаризація дефініцій основних понять медіазнавства, що їх позначають терміни базового рівня, та внесення матеріалу до таблиці Excel



Ключові терміни:
медіа-дослідження
медіазнавство
медіа-наука
медіологія

Розроблено 6 ЕНК із медіазнавчої
проблематики – 2019 р.:

- «Семіотика медіа-тексту»;
- «Медіа-грамотність: медіа-культура, медіа-освіта»;
- «Сучасні медіа-комунікативні технології»;
- «Соціологія та психологія управління медіа»;
- «Основи виробництва медіа-продукту»;
- «Медіа-консалтинг»;

4 курси введено планом у 2017 р.:

- «Крос-медійна журналістика»;
- «Інтернет: медіа-бізнес»;
- «Крос-медійний менеджмент»;
- «Журналістські жанри мультимедійних ЗМІ».

Дослідження 1. Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі

Медіазнавство, медіологія, медіа-лінгвістика
Медіа-педагогіка, медіа-освіта, медіа-дидактика
Медіа-культура, бібліотекознавство
Медіа-філософія
Медіа-екологія
Медіа-політика
Медіа-право, медіа-релейшнз/ MR
Медіа-безпека, медіа-консалтинг
Журналістикознавство, медіа-журналістика, медіа-риторика
Медіа-етика
Едитологія, едиторика
Книгознавство
Бібліографознавство
Медіа-психологія
Медіа-індустрія
Медіа-менеджмент
Медіа-мистецтво, медіа-арт
Медіа-маркетинг
Медіа-реклама
Медіа-економіка
Медіа-аудит, медіа-критика
Медіа-виробництво
Медіа-дипломатія



Ключові терміни:
медіа-дослідження
медіазнавство
медіа-наука
медіологія

Структура таблиці Excel:

- термін українською мовою;
- етимологія терміна [за наявності];
- словникове значення [мовою оригіналу];
- контекстне значення [мовою оригіналу];
- джерело добору [за Гарвардським стилем];
- синонім або відсилання до іншого терміна [за наявності].

Дослідження 1. Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі

Термін	Етимологія	Словникове значення	Контекстне значення	Джерело добору	Синонім або відсилання до іншого терміна
Медіа-дослідження	Медіа (грецькою мовою - посередник) + дослідження (латинською мовою - investigatio)	Дослідження в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Дослідження в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Дослідження в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Медіа-наука
Медіазнавство	Медіа (грецькою мовою - посередник) + знавство (латинською мовою - scientia)	Знання в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Знання в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Знання в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Медіа-наука
Медіа-наука	Медіа (грецькою мовою - посередник) + наука (латинською мовою - scientia)	Наука в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Наука в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Наука в галузі медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Медіа-наука
Медіологія	Медіа (грецькою мовою - посередник) + логія (грецькою мовою - logos)	Логіка медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Логіка медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Логіка медіа-комунікацій, медіа-культури, медіа-економіки тощо.	Медіа-наука



Ключові терміни:
медіа-дослідження
медіазнавство
медіа-наука
медіологія

Дослідження 1.

Сучасне медіазнавство: окреслення меж галузі

Етап 5. [передбачає] Упорядкування та редагування
опрацьованого й внесеного до таблиці матеріалу

Етап 6. [передбачає] Вибір технологічної платформи, операційної
системи та мови програмування

Етап 7. [передбачає кілька підетапів] Формування
демонстраційної версії е-словника формату БД дефініцій
основних понять медіазнавства

Етап 8. [передбачає] Автоматичне наповнення бази даними

Етап 9. [передбачає] Розроблення користувацького інтерфейсу
та розміщення бази на вебсторінці Інституту
журналістики

Етап 10. [передбачає] Наповнення бази термінами на позначення
предметів, об'єктів, процесів, явищ тощо, пов'язаних із
медіа, та дефініціями відповідних понять

.....



Ключовий термін:
медіа-технології

Мета –
розкрити специфіку
впровадження моделі
навчання технології анімації в
освітній процес Інституту
журналістики Київського
університету імені Бориса
Грінченка та показати її
ефективність.

Дослідження 2.

Практико-орієнтована модель навчання технології анімації у вищій школі

Напрямок 1. Окреслення обсягу основного поняття

Етап 1. [триває] Збирання матеріалу та внесення дефініцій
поняття “медіа-технології” до таблиці Excel

Етап 2. [триває] Опис родо-видової взаємодії понять

- “технологія”

- “технологія анімації”

- “медіа-технології”

[у кореляції з іншими видовими поняттями]



Ключовий термін:
медіа-технології

- Центр мультимедійних технологій;
- Телемайстерня «Астудія».

Дослідження 2.

Практико-орієнтована модель навчання технології анімації у вищій школі

Напрямок 2. Експериментальні моделі навчання

Етап 1. [завершено] Теоретичне обґрунтування ефективності упровадження технології анімації в освітній процес як інноваційної

Етап 2. [завершено] Розроблення та опис моделі навчання технології анімації під час вивчення дисципліни «Анімація в рекламі» (освітня програма «Реклама та зв'язки з громадськістю», бакалаврський рівень)

Основні етапи:

- розроблення ідеї, концепції, стилістики;
- створення унікального сценарію;
- розкадрування, промальовування основних сцен;
 - створення персонажів;
 - анімація;
- дикторське озвучування;
 - музичне оформлення;
 - монтаж.



Ключовий термін:
медіа-технології

- **50** студентів **2-го** курсу освітньої програми «Реклама та зв'язки громадськістю» (бакалаврський рівень) працювали над анімаційними роликами (**25** роликів)
- **160** студентів **1-го** курсу спеціальності 061 «Журналістика» були учасниками студентського анімаційного фестивалю
- **професійне журі** оцінювало навчальні відео

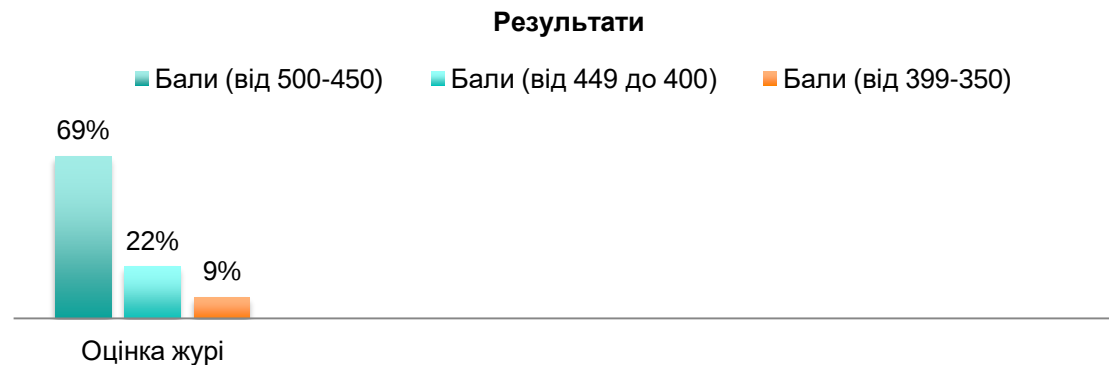
Дослідження 2.

Практико-орієнтована модель навчання технології анімації у вищій школі

Етап 3. [завершено] Експеримент із оцінювання знань і навичок студентів у формі анімаційного фестивалю реклами «Grinch Animation AdFest»

Результат:

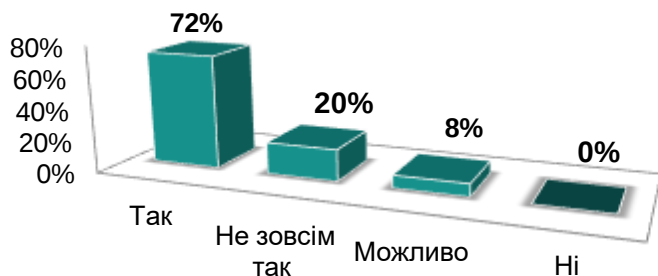
- анімаційні відео розміщено у творчих портфоліо студентів;
- розроблено й описано критерії оцінювання;
- показано ефективність поєднання формальної освіти з неформальною;
- надійшло **150** заяв від студентів інших спеціальностей, які б хотіли вивчати дисципліну у 2018–2019 рр.;
- дисципліну додано до загального переліку вибіркових;
- збільшився запит роботодавців на випускників.



Дослідження 2.

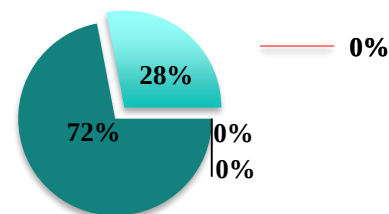
Практико-орієнтована модель навчання технології анімації у вищій школі

Етап 4. [завершено] Опитування та узагальнення результатів



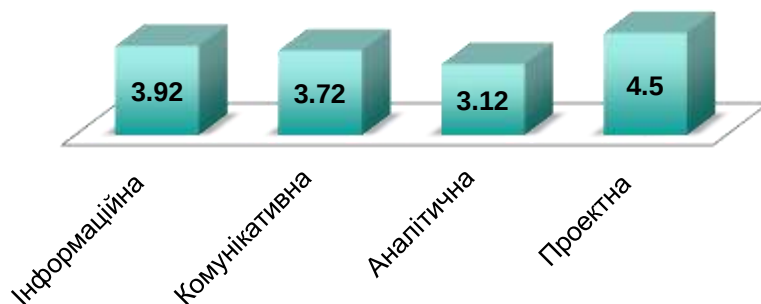
1. Чи потрібно застосовувати інноваційний метод навчання у вигляді анімаційних технологій в освітньому процесі?

3. За результатами фестивалю наскільки успішно Ви б повторно склали екзамен "Основи реклами"?



■ A 90-100 ■ B 82-89 ■ C 81-75 ■ D 74-69 ■ E 68 – 60

2. Як за 5-ти бальною шкалою ви оцінюєте ефективність набутих компетентностей в процесі вивчення дисципліни "Анімація в рекламі"?



Опитано **50** студентів, які вивчали дисципліну «Анімація в рекламі».



Ключовий термін:
медіа-технології

Фокус-групові сесії
(6-8 респондентів):

- **студенти**
спеціальності 061
«Журналістика» (18-20 років);
- **викладачі з реклами**
(30-45 років);
- **слухачі програми**
«Менеджер із соціальних
медіа» (35-50 років).

Дослідження 2.

Практико-орієнтована модель навчання технології анімації у вищій школі

**Етап 5. [завершено] Проведення фокус-групового інтерв'ювання
та узагальнення результатів із обговоренням питань:**

- Який спосіб запам'ятовування інформації
найдієвіший для Вас?
- Чи зможуть анімаційні відеолекції у вищій школі витіснити
традиційні лекції?
- Які можливості є в Університеті для створення анімаційних відеолекцій?

90% викладачів –

- вважають анімаційні навчальні лекції альтернативою до традиційних та
ефективним методом викладання;
- це один із елементів ЕНК;
- це конкурентоспроможність Університету на ринку освітніх послуг;

70 % викладачів –

- готові до навчання в центрах компетенцій із метою створення
відеолекцій;
- готові ставати медіа-грамотними;

94 % студентів інших спеціальностей –

- хотіли б вивчати дисципліну «Анімація в рекламі» у 2018–2019 рр.



Ключові терміни:
медіа-освіта
медіа-компетентність

Мета –
визначити ефективні
технології, зміст, форми,
методи, засоби розвитку
медіа-компетентності
громадян в інформаційному
суспільстві.

Дослідження 3. Неформальна медіа-освіта в Україні

Напрямок 1. Окреслення обсягу основних понять

Етап 1. [триває] Збирання матеріалу та внесення дефініцій основних понять до таблиці Excel

- “медіа-освіта”
- “медіа-компетентність”

Етап 2. [триває] Опис кореляції понять

- “медіа-безпека”
- “медіа-виробництво”
- “медіа-технології”
- “медіа-психологія”
- “медіа-культура”

[внесення дефініцій до таблиці Excel]



Ключові терміни:
медіа-освіта
медіа-компетентність

Опрацьовано **10** документів

Дослідження 3.

Неформальна медіа-освіта в Україні

Напрямок 2. Моніторинг нормативно-правових документів у галузі медіа-освіти

Етап 1. [триває] Аналіз положень нормативно-правових документів ЄС та України з питань медіа-освіти громадян:

- Паризька програма-рекомендації з медіа-освіти ЮНЕСКО від 22.06.2007 р.;
- Резолюції Європарламенту щодо медіа-грамотності у світі цифрової інформації від 16.12.2008 р.;
- Феська декларація ЮНЕСКО з медіа-інформаційної грамотності від 17.06.2011 р.;
- Паризька декларація ЮНЕСКО з медіа-інформаційної грамотності в цифрову епоху від 28 травня 2014 р.;
- Стратегія Ради Європи про права дитини (на 2016–2021 рр.);
- Стратегія управління Інтернетом Ради Європи (на 2016–2019 рр.);
- Рекомендація CM/Res (2018)7 «Про принципи дотримання, захисту та реалізації прав дитини в цифровому середовищі»;
- Директиви задля захисту неповнолітніх, підвищення конкурентоспроможності та просування європейського контенту;
- Європейські критерії медіа-компетентності;
- Концепція медіа-освіти в Україні (2010, 2016 рр.) та ін.

Етап 2. [передбачає] Узагальнення досвіду розбудови системи медіа-освіти в різних країнах



Ключові терміни:
медіа-освіта
медіа-компетентність

Форум із медіа-компетентності для вчителів та психологів закладів загальної середньої освіти міста Києва (16.11.2019)

Дослідження 3.

Неформальна медіа-освіта в Україні

Напрямок 3. Медіа-освітні запити: досвід Інституту журналістики

Етап 1. [завершено] Розроблення модулів та впровадження сертифікатної програми «Медіа-компетентність»
(базовий рівень, пілотний проєкт)

----- Медіа-безпека

- Інформаційні війни: засоби протистояння
- Кібербулінг: причини та наслідки
- Фактчекінг: довіряй але перевіряй

Медіа-психологія -----

- Кольорова комунікація: як вибудовувати стратегію комунікації для людей різних кольоротипів
- Ризики використання технологій соціальної інженерії в сучасному медіа-середовищі
- Комунікаційні інструменти для побудови репутації

----- Медіа-виробництво

- Книговидавництво в Україні як протидія російській гібридній агресії
- Формати відеопроктів: від задуму до втілення
- Мистецтво розроблення аудіовізуального контенту
- Семіотика медіа-тексту або мова знаків

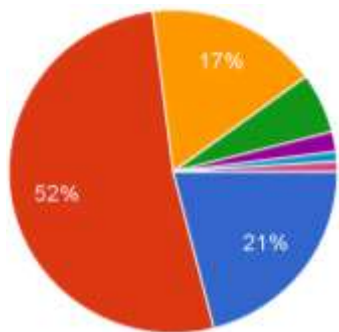
Медіа-технології -----

- Digital-стратегії та інструментарій
- Сторителінг як сучасна інформаційна технологія
- Мистецтво презентації: скрайбінг



Ключові терміни:
медіа-освіта
медіа-компетентність

100 учасників Форуму



медіа-освіта – **52%**
медіа-психологія – **21%**
медіа-безпека – **17%**
медіа-виробництво – **6%**
медіа-технології – **3%**
психолінгвістика – **1%**

Дослідження 3. Неформальна медіа-освіта в Україні

Етап 2. [завершено] Опитування щодо професійних інтересів, узагальнення результатів та визначення затребуваних дисциплін медіазнавчого циклу

Етап 3. [триває] Розроблення анкети для педагогів та соціологічне опитування [за результатами Форуму]

Мета –

- з'ясувати рівень медіа-компетентності учасників сертифікатної програми та рівень володіння медіа-ресурсами;
- виявити найактуальнішу проблематику та аспекти розвитку медіа-компетентності;
- визначити вміння свідомо використовувати сучасні інформаційні технології.

Етап 4. [передбачає] Узагальнення даних соціологічного опитування та формулювання теоретичних положень



Ключові терміни:
медіа-образ
медіа-імідж
медіа-технології

Мета –
показати формування
позитивного іміджу
Президента України
засобами масової інформації.

Дослідження 4.

Медіа як інструмент формування іміджу політика

Напрямок 1. Окреслення обсягу основних понять

Етап 1. [триває] Збирання матеріалу та внесення дефініцій
основних понять до таблиці Excel

- “медіа-образ”
- “медіа-імідж”
- “медіа-технології”

Етап 2. [триває] Опис кореляції понять



Ключові терміни:
медіа-образ
медіа-імідж
медіа-технології

1+1 (ТСН)
ІСТV (Факти)
СТБ (Вікна Новини)
5 канал (Новини)
112 (Новини 112)

Дослідження 4.

Медіа як інструмент формування іміджу політика

Напрямок 2. Медіа як інструмент формування позитивного іміджу Президента України

Етап 1. [завершено] Опис наявних механізмів та етапів формування іміджу політика в проєкції на президентську кампанію 2019 р.

Етап 2. [завершено] Контент-аналіз сайтів 5-ти телеканалів України та компаративний аналіз портрету Президента України за різними ЗМІ

Етап 3. [завершено] Визначення основних інструментів формування іміджу

Медіа-імідж формують:

- зовнішність та інтелектуальні якості;
- особистість лідера;
- професіоналізм та патріотизм;
- рейтингові звіти.



Ключові терміни:
медіа-образ
медіа-імідж

1 100 респондентів
за онлайн-анкетуванням

Опитування 1.

Очікування результатів
діяльності Президента України
В. Зеленського в перший
місяць каденції
(статистика за 27.04.2019)

Дослідження 4.

Медіа як інструмент формування іміджу політика

**Етап 4. [завершено] Соціологічні опитування з метою виявлення
рівня довіри до Президента України В. Зеленського**

	Запитання	Так	Ні
1.	Чи очікуєте ви потужних змін у державі протягом першого року діяльності В. Зеленського як Президента України?	92%	8%
2	Чи впорається, на вашу думку, В. Зеленський з окресленим на передвиборчій кампанії обсягом роботи?	77,6%	22,4%
3	Чи потрібно, на вашу думку, В. Зеленському бути радикальним та вибагливим до всіх чиновників України під час роботи на посаді Президента країни?	94,7%	5,3 %



Ключові терміни:
медіа-образ
медіа-імідж

Опитування 2.
Оцінка діяльності
Президента України
В. Зеленського в перший
місяць каденції
(статистика за 11–17.06.2019)

Дослідження 4. Медіа як інструмент формування позитивного іміджу політика

	Запитання	Так	Ні
1	Чи вважаєте ви політику В. Зеленського сьогодні ефективною?	76%	23%
2	Чи правильно, на вашу думку, Президент України змінює керівників основних державних структур?	87,5%	12,5%
3	Чи потрібні, на вашу думку, передчасні парламентські вибори після розпуску парламенту?	94%	6%
4	Чи є, на вашу думку, така радикальна діяльність Президента України потрібною?	82,8%	17,2





Статті у Scopus

Публікації

Ivashchenko, V., Horbenko, H., Netreba, M. & Huzenko, T. (2019), "Practice-Oriented Model of Teaching Animation Technology at Higher School: the Ukrainian Experience", International Journal of Recent Technology and Engineering, Vol. 8, Issue 4.

Dosenko, A. (2019), "Media as a Tool for Forming the President's Image (on the Example of the 2019 Election Process)", International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering, Vol. 9, Issue 1.

Dosenko, A., Pohrebniak, I. Khamedova, O., Solomatova, V. (2019), "Crime and Gender: Violence against women in the Ukrainian Press in the first half of the twentieth century", International Journal of Recent Technology and Engineering, Vol. 8, Issue 3.

Rosinska, O., Zhuravska, O., Zykun, N., Gandziuk, V. (2019), "Stereotyped Media Images as a Method of Forming Delusions of Ordinary Consciousness", International Journal of Recent Technology and Engineering, Vol. 9, Issue 1.



Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах

КЕРІВНИКИ ТЕМИ:

Горбенко Г.В.

директор Інституту журналістики, кандидат педагогічних наук, доцент

Іващенко В.Л.

заступник директора Інституту журналістики з наукової роботи, професор кафедри видавничої справи, доктор філологічних наук, старший науковий співробітник



Дякую за увагу!
