

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра журналістики та нових медіа

**ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
З дисципліни
«Дослідження медіаринку: аналіз медіаринку»**

Курс: V

Спеціальність: 061 Журналістика

Форма проведення: тестування (передбачається 40 питань).

Тривалість проведення: 2 академічні години (1 година 20 хвилин)

Максимальна кількість балів: 40 балів (1 бал – 1 питання), а саме:

36-40 балів – відмінно

31-35 балів – дуже добре

26-30 балів – добре

21-25 балів – задовільно

16-20 балів – достатньо

11-15 балів – незадовільно з можливістю повторного складання

1-10 балів – незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу

Критерії оцінювання:

Студентам пропонується виконати тестові завдання різних типів (40 завдань – 1 бал за одне питання).

Зразок запитання:

- 1) Категорія контент аналізу – це:
 - А) структурні одиниці, які репрезентовані щодо всього тексту і його окремих істотних частин (слова, терміни, імена, теми, прізвища, судження)
 - Б) кількісна міра взаємозв'язку текстових і позатекстових явищ.
 - В) поняття, яке показує один з аспектів загального напрямку конкретного дослідження документів.

Орієнтовний перелік питань до іспиту

1. Назвіть базові елементи дослідження.

2. Схарактеризуйте концепцію медіа-досліджень.
 3. Опишіть методіку використання шкали Лікерта та семантичного диференціювання у медіадослідженнях.
 4. Назвіть типи нерепрезентативних та репрезентативних вибірок.
 5. Опишіть структуру глобального медіаринку.
 6. Схарактеризуйте соціальні ознаки інформаційного простору.
 7. Яке значення політичного та правового регулювання медіаринку?
 8. Як на розвиток медіа впливають транснаціональні корпорації?
1. Опишіть глобальні тенденції новинного контенту.
 2. Охарактеризуйте теорію Пірса.
 3. Опишіть концепції денотації і конотації.
 4. Дайте визначення поняттям «метафора», «метонімія», «синеκδοχα», «інтертекстуальність».
 5. Дайте визначення поняттю «семіотичний аналіз» та опишіть його підвиди.
 6. Як риторичний аналіз використовується у медіадослідженнях.
 7. Охарактеризуйте теорії Ласвела і Якобсона.
 8. Назвіть слабкі сторони кількісних методів дослідження.
 9. Опишіть відмінності між якісною та кількісною методологією.
 10. Які інструменти вимірювання використовуються в якісних і кількісних методах?
 11. Опишіть методологію проведення фокус-групи.
 12. Які переваги і особливості глибинного інтерв'ю в порівнянні зі звичайними?
 13. Визначте роль новин у формуванні порядку денного суспільства.
 14. Як у медіадослідженнях використовується технологія фреймінгу?
 15. Опишіть методологію рамкового аналізу.
 16. Схарактеризуйте одиниці контент-аналізу.
 17. Схарактеризуйте методологічні основи кодування тексту.
 18. Як в дослідженнях застосовується маніфестне та інструментальне кодування?
 19. Схарактеризуйте особливості використання латентного кодування.

20. Опишіть структуру аналітичної записки.
21. Опишіть методіку організації збору інформації для контент-аналізу.
22. Назвіть етапи процедури проведення контент аналізу.
23. Схарактеризуйте основні елементи кодувальної матриці.
24. Дайте визначення поняттям «одиниці тексту контент-аналізу», «одиниці аналізу», «одиниці вибірки».
25. Дайте визначення поняттям «одиниці кодування», «одиниці контексту», «одиниці референції», «концептуальна категорія», «коефіцієнт Яніса», «редукція».
26. Яка мета дослідження ТВ аудиторії?
27. Назвіть функції та переваги панельних досліджень.
28. Схарактеризуйте особливості вибірки ТВ панелі.
29. Дайте визначення поняттю «репрезентативність вибірки».
30. За якими контрольними параметрами визначається загальна структура вибірки домогосподарств?
31. Схарактеризуйте діяльність Індустріального телевізійного комітету.
32. Назвіть відмінності між рейтингом програми і часткою аудиторії програми.
33. Опишіть методологію проведення експерименту.
34. Яке значення контролю за чистотою експерименту?
35. Якими методами можна перевірити отримані результати?
36. Дайте визначення поняттю крос-секційні дослідження.
37. Назвіть типи лонгїтюдних досліджень.
38. У чому полягає відмінність між повсякденними та науковими дослідженнями?
39. Схарактеризуйте фази розвитку медіадослідження.
40. Назвіть чотири рушійні сили розвитку медіадосліджень.
41. Опишіть відомі вам напрями медіадосліджень.
42. У чому полягає відмінність між діахронними та синхронними дослідженнями.
43. Назвіть характеристики наукового методу.
44. Опишіть вісім кроків дослідницької процедури.

45. Схарактеризуйте методи збирання інформації.
46. Опишіть емпіричні методи дослідження.
47. Які відмінності між поняттями «індукція» та «дедукція».
48. Опишіть процедуру проведення контент аналізу.
49. Опишіть методіку організації збору інформації для контент-аналізу.
50. Для чого використовується кодувальна матриця? Назвіть основні елементи кодувальної матриці.
51. Які відмінності між поняттями «фреймінг» та «agenda setting».
52. З якою метою проводяться якісні дослідження медіа?
53. Які є підвиди семіотичного аналізу?
54. Дайте визначення поняттю «синтагматичний аналіз».
55. Назвіть фактори, які впливають на національний і глобальний ринок

Екзаменатор:
Завідувач кафедри:

Мельниченко А. В.
Гандзюк В. О.