

Факультет журналістики, реклами та видавничої справи	Методологія дослідження громадської думки
	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський) Освітньо-професійна програма: Реклама та зв'язки з громадськістю Курс навчання: Кількість кредитів: 3, 90 годин. Мова викладання: українська Дні, час, місце: Французький б-р, 24/26, за розкладом Консультації: Французький б-р, 24/26, щотижнево за розкладом

СИЛАБУС

Викладач:	кандидат політичних наук, старший викладач <i>Бахметєв Андрій Євгенійович</i>
Кафедра:	Журналістики, реклами та медіакомунікацій
Контактна інформація:	andreibahmetev@gmail.com

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися через вказаний e-mail та очні зустрічі на консультаціях.

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Метою дисципліни є сформувати у студентів комплексне розуміння методів та інструментів дослідження громадської думки, її впливу на соціальні, політичні та економічні процеси. Дисципліна спрямована на розвиток навичок аналізу суспільних настроїв, проведення опитувань, інтерпретації даних та прогнозування змін у громадській думці.

Завданнями дисципліни є:

- Вивчити теоретичні основи громадської думки, її структуру, формування та трансформацію.
- Ознайомити з основними методами дослідження громадської думки (опитування, фокус-групи, контент-аналіз, експертні оцінки).
- Навчити аналізувати соціологічні дані, розпізнавати методологічні помилки та маніпуляції.
- Розглянути роль медіа у формуванні та відображенні громадської думки.
- Оцінювати вплив соціальних мереж та цифрових технологій на громадську думку.
- Ознайомити з особливостями проведення передвиборчих, соціальних та маркетингових досліджень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен :

знати:

- Основні концепції громадської думки, її роль у суспільних процесах.
- Методи збору та аналізу соціологічних даних.
- Принципи репрезентативності вибірки, похибки досліджень.
- Способи маніпулювання результатами опитувань та методи їхнього викриття.
- Особливості використання соціологічних досліджень у політиці, медіа та бізнесі.

вміти:

- Планувати та проводити дослідження громадської думки.
- Аналізувати та інтерпретувати соціологічні дані.
- Використовувати статистичні методи для оцінки достовірності результатів.
- Виявляти маніпулятивні техніки в дослідженнях.

- Презентувати соціологічні результати у доступній та візуалізованій формі..
- володіти:**
- Методику соціологічних досліджень (опитування, інтерв'ю, фокус-групи, контент-аналіз).
 - Навичками обробки даних у спеціалізованих програмах (SPSS, R, Excel).
 - Інструментами моніторингу громадської думки у соцмережах.
 - Технікамі візуалізації соціологічних даних (інфографіка, аналітичні звіти).
 - Практикою аналізу результатів соціологічних досліджень для медіа та політичних кампаній..

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс буде викладений у формі лекцій (8 год.) та практичних (28 год.), організації самостійної роботи студентів (54 год.).

Зміст навчальної дисципліни

Тема	Результати навчання	Форми робіт
1.Поняття та структура громадської думки.	Визначення громадської думки та її ключові характеристики. Чинники, що впливають на формування громадської думки. Роль соціальних інститутів (медіа, політичних партій, держави) у формуванні суспільних настроїв.	Обговорення, завдання, презентації
2. Методи дослідження громадської думки.	Основні підходи до вивчення громадської думки: кількісні та якісні методи. Вибірка та репрезентативність: як забезпечити достовірність результатів. Методи збору даних: опитування, фокус-групи, експертні оцінки, контент-аналіз.	Обговорення, завдання, презентації
3.Соціологічні опитування: методика та особливості.	Типи опитувань: телефонні, онлайн, поштові, персональні інтерв'ю. Розробка анкети: формулювання питань, шкали оцінювання, уникнення упереджень. Аналіз похибок та маніпуляцій у соціологічних опитуваннях.	Обговорення, завдання, презентації
4.Методи статистичного аналізу соціологічних даних.	Обробка даних за допомогою Excel, SPSS, R. Оцінка достовірності результатів (довірчі інтервали, похибка). Візуалізація даних (графіки, діаграми, інфографіка).	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
5.Маніпуляції та фальсифікації у соціологічних дослідженнях.	Приклади маніпулятивних соціологічних опитувань. Використання соціологічних даних у політичних кампаніях. Техніки розпізнавання фейкових соціологічних досліджень.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання
6.Контент-аналіз як метод дослідження громадської думки.	Аналіз медійного контенту: принципи та методологія. Використання нейромереж та штучного інтелекту для аналізу громадської думки. Моніторинг соціальних мереж та цифрових платформ.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
7.Вплив громадської думки на політичні процеси.	Передвиборчі опитування: значення та методи проведення. Як громадська думка впливає на політичні рішення. Роль соціології у формуванні іміджу політичних лідерів.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання

8.Соціальні мережі як платформа для дослідження громадської думки.	Використання Big Data для аналізу суспільних настроїв. Соціальні мережі як поле для маніпуляцій та фейкових новин. Методи аналізу трендів та суспільних дискусій у цифровому просторі.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні, проблемні завдання
---	---	---

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Відповідальний маркетинг: концепція та принципи. URL: http://wcunetwork.org.ua/ua/possessing/equalrights/article/Vdpovdalnii_koncepcja_ta_principi.
2. Люльов О.В. Маркетинговий підхід до формування іміджу країни: основні детермінанти впливу та драйвери покращення макроекономічної стабільності. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2017. Випуск 2.
3. Поліщук І. Виборчі технології: сутність та різновиди. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2015. № 4. С. 106–112.
4. Рихліцький В. Хроніка передвиборного чорного піару з білбордів. Хто кого переміг? URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/22800/2019-04-27-khronika-peredvybornogo-chornog-o-piaru-z-bilbordiv-khto-kogo-peremig/>.
5. Технологія «двійників» та ефект «спойлеру» у виборчому процесі. *ОПОРА - Громадянська мережа - вибори в Україні - Election in Ukraine*. URL: <https://www.oporaua.org/vybory/tekhnologii-dviinikiv-ta-efekt-spoileru-u-viborchomu-protsesi-21>

Інформаційні ресурси

1. Виборчий кодекс України. *Верховна Рада України. Офіційне інтернет-представництво*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text>.

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – залік.

Проведення контролю результатів навчання здобувачів відбувається відповідно до Положення про організацію і проведення контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти Одеського національного університету імені І.І. Мечникова URL : https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol_2022.pdf

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10%). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності: регламентується Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись он-лайн з використанням дистанційних технологій. Порядок та умови такого навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>). У випадку відсутності здобувача на лекції або практичному занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через опитування в поза аудиторний час (час консультацій викладача). Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах. У підсумку, оцінені за 100-бальною системою, знання здобувача відображаються у заліково-екзаменаційній відомості та заліковій книжці.